

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA

JOVENS SERGIPANOS E JORNALISMO

**Uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do *smartphone* em uma
escola pública de Sergipe**

SÃO CRISTÓVÃO

Agosto/2017

CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA

JOVENS SERGIPANOS E JORNALISMO

Uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do *smartphone* em uma escola pública de Sergipe

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS), na linha de pesquisa Processos, Produtos e Discursos Midiáticos, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato

SÃO CRISTÓVÃO

Agosto/2017

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

O48j Oliveira, Cláudia Santos de
Jovens sergipanos e jornalismo: uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do *smartphone* em uma escola pública de Sergipe / Cláudia Santos de Oliveira ; orientador Carlos Eduardo Franciscato. - São Cristóvão, 2017.
178 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, 2017.

1. Jornalismo. 2. *Smartphones*. 3. Ambiente escolar. 4. Jovens. I. Franciscato, Carlos Eduardo orient. II. Título.

CDU 659.3(813.7)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

PPGcom

Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Sergipe

**ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO UFS**

Título do trabalho: "JOVENS SERGIPANOS E JORNALISMO: uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do smartphone em escola estadual de Sergipe."

Aluno: CLAUDIA SANTOS DE OLIVEIRA

Data da defesa: 24/08/2017

Às 14h00 (quatorze horas) do dia 24 do mês de agosto de 2017, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação da discente CLAUDIA SANTOS DE OLIVEIRA denominada "JOVENS SERGIPANOS E JORNALISMO: uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do smartphone em escola estadual de Sergipe", conforme o que estabelece a Resolução 60/2014/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores CARLOS EDUARDO FRANCISCATO - orientador (PPGCOM-UFS), MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA - avaliador Interno (PPGCOM-UFS) e VITOR JOSE BRAGA MOTA GOMES - avaliador Externo (DCOS-UFS). A sessão solene de Defesa ocorreu na Sala de reuniões do DCOS. Após a discente proceder à apresentação da dissertação, a banca fez os questionamentos e comentários referentes ao trabalho, os quais foram respondidos pela discente. Ao final, a banca reuniu-se reservadamente e considerou a discente CLAUDIA SANTOS DE OLIVEIRA APROVADA no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS com o conceito A.

Cidade Universitária "Prof. José Aloísio de Campos", 24 de agosto de 2017

Prof. Dr. CARLOS EDUARDO FRANCISCATO - orientador (PPGCOM-UFS)

Prof. Dr. MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA - avaliador interno (PPGCOM UFS)

Prof. Dr. VITOR JOSE BRAGA MOTA GOMES - avaliador externo (DCOS-UFS)

Mestrado em Comunicação Social:

Prédio do DCOS, andar superior - Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos
Av. Marechal Rondon, S/N - CEP 49.100-000 - Rosa Elze - São Cristóvão - Sergipe - Brasil
Telefones: (79) 2105-6390 - E-mail: mestradocomunicacao.ufs@gmail.com

CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA

JOVENS SERGIPANOS E JORNALISMO

Uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do *smartphone* em uma escola pública de Sergipe

Aprovada em 24 de agosto de 2017

BANCA EXAMINADORA

Professor Dr. Carlos Eduardo Franciscato – Orientador
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Professor Dr. Matheus Pereira Mattos Felizola – Avaliador interno
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Professor Dr. Vitor José Braga Mota Gomes – Avaliador externo
Universidade Federal de Sergipe – UFS

SÃO CRISTÓVÃO

Agosto/2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que fizeram parte desse processo, direta ou indiretamente. Minha dissertação tem um pouquinho de cada um de vocês. Um sonho que se tornou realidade e que, como tudo na vida, tiveram momentos alegres e nem tão alegres. Vocês tornaram essa passagem mais leve, mais empolgante e menos sofrida. Cada um em seu tempo e com a atitude certa. Hoje percebo que vocês tornavam esses momentos ideais para mim. Obrigada!

RESUMO

Como os jovens sergipanos acessam conteúdo jornalístico por meio do *smartphone*? Essa é a questão inicial desta dissertação. Para respondê-la, o cenário escolhido para a pesquisa foi uma escola estadual, localizada em Aracaju/SE, onde foi realizada a observação e a entrevista com 10 estudantes do 3º Ano do Nível Médio. Buscou-se descobrir se esses jovens nativos digitais – que cresceram imersos na cultura digital acompanhando o surgimento e a evolução das tecnologias – são leitores imersivos em conteúdos jornalísticos ou se são meros usuários inseridos no ciberespaço. Em outras palavras, se esses jovens são apenas transeuntes entre as informações, sem qualquer atuação e reflexão sobre o que consomem ou se esses jovens se aprofundam na leitura, refletem sobre o que leem, considerando os novos ambientes digitais criados a partir de plataformas da comunicação móvel, particularmente a produção e circulação de conteúdos jornalísticos em aparelhos celulares no padrão *smartphone*. Seis hipóteses foram levantadas na pesquisa: 1) a escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – *smartphone* – para fins educativos e informativos; 2) os jovens utilizam o *smartphone* como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação; 3) os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia; 4) as novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam; 5) em ambiente digital, os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet; 6) o ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística. No decorrer da pesquisa, outras questões foram percebidas, como ‘o que’ os jovens consomem no âmbito jornalístico utilizando o *smartphone* e o ‘porque’ da escolha desse consumo. Para tanto, o método de abordagem escolhido foi o indutivo e o método de procedimento foi a observação de inspiração etnográfica, com vistas a possibilitar um olhar mais aprofundado sobre o objeto estudado. As técnicas utilizadas para a coleta de dados consistiram na observação direta não participante e na entrevista semiaberta em profundidade. Os resultados confirmaram que o *smartphone* é o principal meio de leitura de conteúdos jornalísticos para os jovens, sendo uma ferramenta que estimula e facilita a busca por informações. Foi possível recolher nos depoimentos expressões que indicaram uma postura ativa do jovem nessa leitura, com olhar crítico e motivação para descobertas em interação com outros jovens.

Palavras-chave: jornalismo; *smartphone*; Sergipe; jovens; ambiente escolar.

ABSTRACT

How do Sergipe's youth access journalistic content through *smartphones*? That is the first question of this essay. To answer it, the chosen scenario for the research was a state school, located in Aracaju, State of Sergipe, where the observation and interviewing process were made with ten high school senior students. The goal was to find out if those digital natives – people who have grown up submerged in digital culture, following up the emergence and development of technologies – are actual journalistic content readers or merely users inserted in the cyberspace. In other words, if those young people are just surfing through content without taking any action or reflecting about it, or if they have a more comprehensive reading, reflecting about what they read, considering the new digital environments created from mobile communication platforms, in particular the production and flowing of journalistic content in *smartphones*. Six hypotheses were brought up in the research: 1) Schools offer a favorable environment for using mobile communication technology – *smartphones* – for educational and informative purposes; 2) Young people have *smartphones* as their main source of information, with less use of other technologies and media types; 3) Young people don't immerse nor look for new information about what they read daily; 4) The new technologies made possible for the young to take part, create new content and be more critical about what they access; 5) Young people in digital environment are cautious and do not give credibility to every content spread on the internet; 6) School environment has influence and motivates the young to obtain journalistic information. In the course of the research, other questions were made, such as 'what' young people absorb in the journalistic sphere while using *smartphones* and 'why' they choose it. For that, the method of approach chosen was the inductive one and the procedure method was the observation of ethnographic inspiration, in order to allow a more in - depth look at the studied object. An observation work of ethnographic inspiration, aiming to make an in-depth look about the study subject possible. The chosen techniques for the data collection were the non-participant direct observation and in-depth semi-structured interviewing. The results confirmed that the *smartphone* is the main means of reading journalistic content for young people, being a tool that stimulates and facilitates the search for information. It was possible to collect expressions that indicated an active stance of the youngster in this reading, with a critical eye and motivation for discoveries in interaction with other young people.

Key-words: journalism; *smartphone*; Sergipe; young; school environment.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Resumo das estruturas de navegação	58
Quadro 2: Critérios de escolha da etnografia como método. Elaborado a partir de Angrosino (2009) e Boyd (2009)	69
Quadro 3: Perfil dos alunos entrevistados para a pesquisa de campo	83
Quadro 4: Hipóteses e Categorias de análise	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Colégio Estadual Barão de Mauá, Aracaju-SE	89
Figura 2: cantina da escola	90
Figura 3: biblioteca da escola	90
Figura 4: Laboratório de Informática	91
Figura 5: porta sala de vídeo	91
Figura 6: bebedouro com entradas dos banheiros ao fundo	92
Figura 7: sala da secretaria da escola Barão de Mauá	93
Figura 8: sala da diretoria da escola	93
Figura 9: sala da coordenação da escola	94
Figura 10: sala professores	94
Figura 11: sala do Comitê Pedagógico da Barão de Mauá	95
Figura 12: portão que separa a escola do estacionamento	96
Figura 13: pátio da escola	97
Figura 14: pátio da Barão de Mauá	97
Figura 15: corredores	98
Figura 16: sala de aula 3º ano B	98
Figura 17: sala de aula 3º ano A	99

SUMÁRIO

Introdução	12
 Capítulo 1: Jovens, tecnologias digitais e jornalismo	18
1.1 Ser jovem: características, identidades e diferenças	18
1.2 Tecnologias da informação e ferramentas digitais: consumo e usos pelos jovens	24
1.2.1 Consumo e usos dos produtos midiáticos	27
1.2.2 Nativos e imigrantes digitais: modos de convivência do jovem no ambiente digital	35
1.2.3 O <i>smartphone</i> como dispositivo móvel	46
1.3 O leitor e a leitura no ambiente digital	52
1.4 O jornalismo digital e os jovens como leitores	55
 Capítulo 2: Metodologia da Pesquisa	66
2.1 A inspiração etnográfica como percurso de pesquisa	68
2.2 Experiências etnográficas no ambiente da escola	75
2.3 Definição e elaboração das técnicas e ferramentas de pesquisa	80
2.4 Recorte do objeto de pesquisa	81
 Capítulo 3: Os jovens e o jornalismo móvel no ambiente escolar	88
3.1 O ambiente escolar	89
3.2 O olhar dos gestores e docentes da escola Barão de Mauá sobre as TICs e Educação ...	100
3.2.1 Infraestrutura para as Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas	102
3.2.2 Incentivo à TIC em ambiente escolar	108
3.3 Formas de uso do <i>smartphone</i> por jovens da escola estadual	111
3.3.1 A escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – <i>smartphone</i> – para fins educativos e informativos	112
3.3.2 Os jovens utilizam o <i>smartphone</i> como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação,.....	114
3.3.3 Os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia	116

3.3.4 As novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam	118
3.3.5 Em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet	120
3.3.6 O ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística	122
 4 Considerações finais	 124
 5 Referências	 127
 Apêndice	 133

Introdução

Em meados dos anos 2000, o iraniano Hassein Derakhshan morava no Canadá e, de lá, introduziu, facilitou e promoveu a circulação de blogs no Irã, algo não aceito pelo governo local. Hassein, ao decidir voltar ao seu país em 2008, foi preso durante seis anos por conta de suas atividades virtuais, sendo libertado em novembro de 2014. Antes de ser preso, ele promovia a internet, produzia blogs e explorava uma de suas principais ferramentas, o hiperlink.

Durante o período na prisão, ele não testemunhou a mudança no perfil da internet, como a perda de importância do hiperlink como modelo de acesso aos conteúdos, dos blogs como ferramentas de interação e o crescimento das redes sociais digitais como essa nova lógica de troca e navegação no ambiente digital. Ao sair de sua prisão em Teerã, capital do Irã, Hassein Derakhshan ficou surpreso com essa transformação, e a estranheza do ativista midiático foi compartilhada por muitos seguidores. “A notícia que mais me chocou após isso? Não foi a conquista do presidente Barack Obama em reconhecer o direito do Irã a tecnologia nuclear pacífica, nem a morte do líder do partido NDP (...) Foi a morte da Web como eu a conheci” (DERAKHSHAN, 2015).

A velocidade das transformações nas formas digitais de produção, armazenamento, recuperação, interação e troca nesta complexa e vasta rede vem desafiando e remodelando as experiências acumuladas em passados recentes. As novas gerações parecem ascender rapidamente a novos degraus nessa escalada da cultura digital, colocando com certa apreensão o futuro de modelos de mídia que se consolidaram durante o século XX.

A pesquisa desta dissertação pretende expor um pequeno recorte contemporâneo deste universo digital em constante mudança. Focamos em um degrau desta mudança (a comunicação móvel e um de seus principais dispositivos, o telefone celular multifuncional, denominado *smartphone*) e buscamos discutir como essas novas gerações interagem com conteúdos jornalísticos por meio do *smartphone*. Ou seja, propusemos analisar, a partir de dados colhidos em um ambiente de interação favorável à busca do conhecimento da informação (uma escola), se esses jovens nativos digitais – que cresceram imersos na cultura digital acompanhando o surgimento e a evolução das tecnologias – são leitores imersivos em conteúdos jornalísticos ou se são meros usuários inseridos no ciberespaço. Em outras

palavras, se esses jovens são apenas transeuntes entre as informações, sem qualquer atuação e reflexão sobre o que consomem, ou se esses jovens se aprofundam na leitura, refletem sobre o que leem, criam novos conteúdos ou até mesmo se são atuantes no espaço social em que vivem, a fim de mudar a realidade trazida pelas informações diárias que chegam por seus *smartphones*.

Essa questão proposta foi considerada tanto na abordagem de questões teóricas correlatas a esse tema quanto no acompanhamento de um grupo de jovens sergipanos dentro de uma escola pública de ensino médio de Aracaju, Sergipe. A pesquisa empírica utilizou como procedimento de coleta de dados em campo, as técnicas de observação e entrevistas inspiradas no método etnográfico. O ambiente escolar foi o local considerado favorável por ser propício à circulação de conhecimento e informação e por reunir jovens com um mesmo perfil etário e socioeconômico.

A faixa etária escolhida na pesquisa (em torno dos 18 anos, portanto iniciando a vida adulta) foi pensada considerando a suposta importância que pode ser atribuída por essa camada para o jornalismo na condução de suas vidas. Portanto, mesmo que crianças e adolescentes sejam, hoje, uma faixa etária com alta interação com esses dispositivos móveis como os *smartphones* e os *tablets*, acreditamos que eles teriam comparativamente menos interesse por conteúdos jornalísticos do que os jovens adultos.

Assim, o cenário de pesquisa de campo foi o Colégio Estadual Barão de Mauá, localizada no bairro Orlando Dantas, na cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe. O recorte para definir o público-alvo ficou a critério da escolha de uma série escolar: 3º ano do Ensino Médio. Ano que encerra as atividades escolares para os jovens se tornarem aptos a prestar seleção para admissão universitária e iniciarem formação profissional para a vida adulta. O último ano escolar também foi escolhido pela facilidade de encontrar jovens com diferentes idades em um único espaço.

As visitas à escola para a coleta dos dados ocorreram no período de 07 de novembro a 20 de dezembro de 2016 sempre no turno da manhã, em dias não fixos, mas que totalizavam três dias por semana. Essas visitas resultaram em observação e entrevistas de 10 alunos, cinco professores e dois integrantes da equipe gestora (coordenadora e diretor).

As entrevistas e observação, técnicas para coleta de dados com os participantes, foram norteadas a partir de seis hipóteses – levantadas ao longo da pesquisa junto aos jovens estudantes, professores e gestores: 1) a escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – *smartphone* – para fins educativos e informativos; 2) os jovens utilizam o *smartphone* como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação; 3) os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia; 4) as novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam; 5) em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet; 6) o ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística.

É importante ressaltar que a coleta e análise de dados foram restritas ao uso do dispositivo móvel *smartphone* por este convergir diversas mídias, além da facilidade para o acesso à internet. No decorrer da pesquisa outras questões foram percebidas, como ‘o que’ os jovens consomem no âmbito jornalístico utilizando o *smartphone* e o ‘porque’ da escolha desse consumo, assim como destacar em quais circunstâncias o acesso às informações é realizado e qual a compreensão valorativa ao julgar se o conteúdo é jornalístico ou não. Para tanto, o método de abordagem escolhido foi o indutivo e o método de procedimento de inspiração etnográfica, que possibilitou indicar uma necessidade de mergulho aprofundado no estudo do objeto. Já as técnicas utilizadas para a coleta de dados consistiram na observação direta não participante e na entrevista semiaberta em profundidade.

Pesquisa similar ao que esta dissertação fez está em andamento e sendo realizada pelo Centro de Estudos de Mídia e Sociedade na Argentina (MESO), em iniciativa conjunta com a Universidade de San Andrés, em Buenos Aires, Argentina, e da Universidade Northwestern, em Illinois, Estados Unidos. Até o início do segundo semestre de 2016, os pesquisadores realizaram 24 entrevistas em profundidade com jovens de 18 a 29 anos, na Argentina, a maioria deles de classe média e média-alta, a fim de investigar o consumo de mídia e bens culturais. Mais especificamente, como é a experiência de consumo de notícias de jovens na Argentina e o que acontece em suas práticas diárias? Qual sentido, as interpretações, os costumes e os hábitos são mantidos no que chamamos atualidade?

Os resultados iniciais da pesquisa qualitativa argentina¹ refletem práticas de consumo de notícias como “incidentais”. Termo que os pesquisadores entendem como a ação dos jovens não usarem a mídia que estão fora de contextos digitais, como a TV, por exemplo, ou não acessarem conteúdos em hierarquias, ou seja, realizarem o acesso de forma aleatória, sem seguir uma ordem. Eles fazem uso da mídia a partir de fragmentos de notícias e opiniões, as quais são examinadas e, com sorte, leem. A pesquisa aponta as redes sociais digitais como um dos principais locais de acesso desses jovens para essa prática.

Pesquisas que referenciam jovens e jornalismo podem ser encontradas com facilidade, contudo pesquisas que recortem o espaço para Sergipe são poucas. Um exemplo nesse sentido é a pesquisa em profundidade de Charlot (2006). Essa até o momento é a pesquisa norteadora para parâmetros quando se quer pesquisar jovens sergipanos, pois desde a sua publicação não houve nenhuma outra pesquisa com a mesma profundidade sobre o tema. Dessa forma, a pesquisa de Charlot (2006) auxilia o entendimento da individualização e coletividade, quanto ao convívio social, que os jovens sergipanos desenvolvem em cada espaço com realidades específicas.

Esta pesquisa sobre “juventudes sergipanas” constitui antes de tudo uma abordagem empírica e descritiva dos jovens habitantes do Estado de Sergipe, na sua diversidade. As primeiras perguntas a que se há de responder são: “Quem eles são, como vivem, o que pensam?”. Para tanto, foram recolhidos dados quantitativos e qualitativos, que possibilitam descrever esses jovens (CHARLOT, 2006, p. 12).

Para a pesquisa empírica com 3.053 jovens, entre 15 e 29 anos, em 24 municípios distribuídos em todo o território do Estado, Charlot (2006) utilizou questionários com questões “atinentes à identidade dos jovens (sexo, idade, residência, grau de escolaridade, (...), renda, cor/raça etc.), os temas pertinentes em uma pesquisa sobre os jovens: estudos, trabalho, família, amigos, sexualidade, lazer, valores, religião, (...)” (CHARLOT, 2006, p. 21).

A pesquisa de Charlot (2006) não abrangeu as novas tecnologias, mas serve de orientação para pesquisa com o público jovem e, principalmente, como conceber uma pesquisa que necessite dedicação para a observação do comportamento do público investigado. Dessa forma, o método escolhido para a pesquisa dessa dissertação teve uma inspiração etnográfica e como auxílio utilizamos as técnicas de entrevista e observação.

¹ Os resultados iniciais podem ser acessados em: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>

Ressaltamos que não utilizamos a netnografia, apesar de se trabalhar com dispositivo móvel e internet, pelo fato de a pesquisa exigir contato real com os jovens e não somente no mundo virtual. “São muitas as semelhanças entre os dois métodos, a etnografia e a netnografia. Melhor dizendo, a segunda é o resultado de uma adaptação da primeira ao ambiente virtual” (ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005, p. 9).

Para atrelar à base teórica que sustenta a dissertação aos resultados obtidos com a pesquisa de campo com os jovens em ambiente escolar e o consumo de produtos jornalísticos a partir do *smartphone*, a estrutura desse texto ficou dividida em três capítulos. Esses que serão brevemente expostos a seguir.

No capítulo 1 ocorre a definição do termo juventude, sua concepção e a localização espacial do jovem de acordo com fatores que influenciam sua vivência, sendo a faixa etária o ponto inicial da classificação. Destaca a cultura jovem como inovadora para integração contemporânea entre indivíduos, inclusive de diferentes gerações, ao mesmo tempo em que conceitua as subculturas como categoria para identificação jovem, como ser individual e ser coletivo. Também cita o *smartphone* como tecnologia que converge diferentes funções e usos de outras telas, além de esclarecer sua popularização no país e o fascínio que exerce sobre as pessoas, seja por busca de satisfação pessoal, seja por *status*, dentre outras.

O primeiro capítulo também aponta mudanças e adequações que o mercado se propôs para atender as novas necessidades do público jovem. Ainda conceitua os novos termos digitais, como jovem multitarefa, nativos e imigrantes digitais, ao mesmo tempo em que ressalta a importância de se manter atualizado digitalmente. Em suma, essa parte inicial revela quem são os jovens contemporâneos, quem se classifica na terminologia e ainda traz um apanhado sobre influência dos telefones móveis na vida dos jovens e os desdobramentos que as novas tecnologias causam sobre eles. O capítulo ainda aborda a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), suas adaptações às novas tecnologias e atrela a discussão ao jornalismo na era digital, mais precisamente o acesso que o jovem faz com aparelhos digitais em busca de informações.

O capítulo 2 descreve a metodologia de pesquisa utilizada. Nesse capítulo foi exposto o processo de pesquisa empírica no Colégio Estadual Barão de Mauá (ambiente de pesquisa), da mesma forma que esclarecemos como ele foi pensado e planejado. Então, a discussão foi em torno de quais as técnicas e as ferramentas utilizadas na coleta dos dados (observação e

entrevista) e como elas se aplicaram, a partir da necessidade da pesquisa. Quem foram os entrevistados e o porquê de sua seleção. Quais os métodos foram abordados, assim como sua caracterização e esclarecimento da escolha.

Por fim, o capítulo 3, o capítulo dos resultados da pesquisa, que comprovaram ou não as hipóteses citadas anteriormente: duas confirmadas, duas não confirmadas e duas confirmadas parcialmente.

Capítulo 1: Jovens, tecnologias digitais e jornalismo

1.1 Ser jovem: características, identidades e diferenças

Ser jovem é muito mais que um estado natural e biológico, é uma construção social. Tudo que está ao redor forma e influencia o indivíduo e a concepção de juventude, na qual ele está inserido. “É necessário dizer que não há apenas *uma* juventude e *uma* cultura juvenil, mas várias, que diferem segundo condições sociais e históricas específicas” (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 11).

Então, a juventude é construída a partir das diferentes formas que os outros (sociedade) ou o próprio jovem se vê, por pressupostos que concernem dentre outros fatores, os estereótipos, os momentos históricos, as referências múltiplas, as diferenças entre classes sociais e gênero, além de etnia, grupo etc. Sabendo disso, Pais (1993), explicita estar mais corriqueiro o emprego do termo “juventudes” no plural, não para se dar conta das diferentes especificidades, mas para demonstrar as possibilidades não tão visíveis nessa categoria.

Esteves e Abramovay (2008) esclarecem que tanto uma abordagem quanto a outra não se anulam, pois cada uma seguirá na direção do seu foco. Até porque a juventude pode se apresentar como um grupo homogêneo ou heterogêneo, os quais também podem ser aparentes ou não. “No primeiro quando a comparamos com outras gerações; no segundo, quando analisada como um conjunto social de atributos sociais que diferenciam os jovens uns dos outros” (ESTEVES; ABRAMOVAY, 2008, p. 4).

As diferentes juventudes não são, tão-somente, “estados de espírito”. São, isto sim, uma realidade palpável que tem sexo, idade, fases, anseios etc., entronizada em um período de tempo cuja duração não é permanente, mas transitória e passível de modificações. Por essa linha, pode ser entendida como um “rito de passagem” entre o ser criança e o tornar-se adulto (Braslavsky, 1986) (ESTEVES; ABRAMOVAY, 2008, p.5).

A palavra juventude é definida segundo os dicionários de língua portuguesa – *Michaelis* e Aurélio – como um período da vida entre a infância e a idade adulta, que é consentido como a adolescência. Esse período é recortado pela Organização das Nações

Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2004)² como sendo o espaço de vida para aqueles que estão na faixa etária de 15 a 24 anos. Contudo, algumas publicações da instituição trazem autores que usam a faixa de 15 a 29 anos. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 1999)³ também compartilha da faixa etária padrão da Unesco: 15 a 24 anos.

Desta feita, pertencer a uma determinada faixa etária, que conceitue juventude de modo particular não representa, individualmente, o momento de cada jovem em realizar a “passagem” para a vida adulta. Cada um tem seu ritmo e influências sociais. “Mais apropriadamente, deve-se dizer que os indivíduos não pertencem a grupos etários, eles os atravessam” (LEVI; SCHIMITT, 1996, p.8-9).

Kehl (2004 *apud* Esteves e Abramovay, 2008, p. 4) constata que no Brasil a concepção de juventude é recente. O autor cita o dramaturgo Nélson Rodrigues ao dizer que nos anos 1920 o país era “uma paisagem de velhos [onde] os moços não tinham função nem destino”. Pois como colocam Rocha e Pereira (2009), a separação da etapa intermediária entre a idade infantil e a adulta não era realizada nos séculos atrás. Segundo eles, não havia uma fase de transição, mas apenas rupturas causadas por diversos motivos, dentre eles, a maturidade sexual, independência familiar, ou pelo casamento.

Nesta perspectiva, não podemos ter critérios rígidos para delimitar a juventude. Assim, a ideia com etapa inicial e final pré-determinadas não pode ser concebida, muito menos encarar como um momento de preparação que será superado ao entrar na vida adulta. Desta feita, Abramo (1997) coloca a juventude como parte de um processo de crescimento mais totalizante, que ganha contornos específicos no conjunto das experiências vivenciadas pelos indivíduos no seu contexto social.

Essa diversidade se concretiza nas condições sociais (classes sociais), culturais (etnias, identidades religiosas, valores), de gênero, nas regiões geográficas, dentre outros. É muito diferente, por exemplo, a noção do que é o jovem, de como vivencia esta fase e de como é tratado em famílias de classe média ou de camadas populares, em um grande centro urbano ou no meio rural (PAIS, 1993, p.36).

Ter padrões para referência é legítimo, porém quando se trata de investigação de uma comunidade ou grupo, o olhar deve ser voltado para as especificações do que irá se observar.

² <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/>

³ <http://www.ibge.gov.br/home/>

Ou seja, cada indivíduo tem uma vivência que influencia em sua formação. Os fatores que resultaram essa vivência por mais que sejam comuns ao grupo, não são aprendidos e nem colocados em prática da mesma maneira. Assim, o que define um indivíduo como jovem pode não definir outro indivíduo e assim por diante, mesmo que esteja na mesma faixa etária.

A cada geração, o tempo estipulado para se determinar o termo e o que significa jovem é modificado. Como no caso de algumas publicações da Unesco, citadas há pouco. Alguns fatores influenciam essa concepção, a exemplo da saída tardia da casa dos pais e até mesmo o amadurecimento individual tardio. Outros fatores também são levados em consideração como: a dificuldade de ingresso no mercado de trabalho e a permanência prolongada no sistema educacional ou o retorno a ele depois de uma lacuna de tempo.

Algumas publicações da própria Unesco ainda defendem, para a juventude, o início da faixa etária para 10 anos de idade, principalmente quando se trata de pesquisa no meio rural. Isso seguindo o mesmo pensamento de que alguns fatores influenciam o que se pode definir como juventude e prolongar o período destinado para essa fase. O recorte a ser aplicado em uma pesquisa tem que ter uma atenção mais detalhada do pesquisador, pois as influências sobre o objeto de estudo podem ser diversas, principalmente se esse objeto for o jovem. Por exemplo, na zona rural, a idade de 10 anos é defendida por ser uma idade na qual os jovens estão se inserindo no mercado de trabalho, iniciando a vida sexual ou até mesmo casando, tendo filhos e constituindo família.

A idade tem sido um critério para estabelecer quem é jovem, realizando uma interpretação baseada nessas manifestações do comportamento social. Existem certas ambivalências a respeito, que se referem à quantificação da idade, às variáveis do gênero, à classe social, à etnia, ao contexto social, à religião e ao momento histórico no qual se analisam esses comportamentos. (...) A juventude não pode ser considerada algo propriamente em si, mas se constitui no jogo das relações sociais – é um objeto/sujeito de interação, visível através da linguagem e sua visibilidade se expressa no comportamento registrado de modo singular pelos meios de comunicação. Seu caráter de “constructo” social admite um amplo espectro de generalidades do setor social da população, marcada pela idade, mas não condicionada por esta. Quando se utiliza esta categoria, relaciona-se o conjunto de sujeitos que compartilham condições e práticas sociais em contextos específicos dos quais se pretende dar conta (TOSI, 2011, p. 11).

As categorizações e características são definidas para dar forma ao que se quer classificar, ou seja, são maneiras de identificar algo, seja a partir da contextualização, das influências sofridas ou de outros fatores. Um exemplo notório quando se fala em compilação

de informações que atendem às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal é o IBGE, instituto que divulga dados sobre o nosso país, os quais servem de parâmetros para as pesquisas.

Além da faixa etária, outros dados também são válidos quando se pretende pesquisar jovens. O Censo Demográfico 2010, pesquisa divulgada pelo IBGE e realizada a cada 10 anos, revelou que o Brasil possui 34.236.064 jovens, sendo que desses 50,2% são do sexo masculino e 49,8% são do sexo feminino. Isso se levarmos em consideração o total da população brasileira na época do Censo 2010: quase 200 milhões de brasileiros distribuídos entre as idades de 0 a 100 anos ou mais. Desse montante, os jovens representavam a fatia de quase 18% da população brasileira, na época.

Para uma informação mais atual, o instituto disponibiliza projeções da população, que incorporam os parâmetros demográficos do último Censo, juntamente com informações mais recentes sobre a dinâmica demográfica (mortalidade, fecundidade e migração), oriundas de outras pesquisas paralelas, que o IBGE realiza, e dos registros de nascimento e óbitos. Então, para 2017 as projeções⁴ revelam que desde o Censo 2010, o percentual de jovens na população caiu e marca atualmente 16,46% numa população de mais de 207 milhões de brasileiros.

No contexto contemporâneo, os jovens vão se descobrindo e quebrando barreiras para as possibilidades em todas as instâncias da vida social, afetiva e até profissional. Dayrell (2002) destaca que, para a construção de uma noção de juventude sob o viés da diversidade, não é correto considerá-la presa a critérios rígidos e predeterminados. Para o autor, trata-se de um processo mais amplo que ganha moldes no contexto das experiências vivenciadas de maneira individual e nos diferentes grupos sociais, e é nesta perspectiva que deve ser compreendido. Dessa forma, a identidade juvenil é muito maior que “a entrada na juventude” por transformações biológicas, psicológicas e sociais, pois a juventude

é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, para significar uma série de comportamentos e atitudes a ela atribuídos. Ao mesmo tempo, é uma situação vivida em comum por certos indivíduos. (GROPPO, 2000, p.8).

⁴ <http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>

Catani e Gilioli (2008) colocam a juventude como uma categoria proeminentemente urbana, pois surgiu a partir das relações vividas na cidade, diferentes das encontradas no campo, onde o termo não era utilizado e não se explicava por conta da vivência daqueles que poderiam se encaixar no termo. A categorização juventude pode ser identificada por cada ser de acordo com dois registros. O primeiro a partir da autoidentificação (o indivíduo se reconhecer como jovem) e o segundo a partir da caricaturização, realizada pela conceitualização de segmentos etários ou instituições que identificam apenas alguns traços e características de um grupo para apontar como sendo pertencente ao todo – juventude.

A ampla percepção da juventude como categoria social distinta é própria do século XX, em especial em sua segunda metade. Nesse contexto, a urbanização fez dos jovens alvo de preocupação do Estado e de vários setores sociais, destacando-se temas como a educação, a delinquência e o trabalho. Igualmente, a juventude adquiriu relevo na esfera do consumo e da indústria cultural, em que o avanço técnico e a expansão dos meios de comunicação contribuíram para incorporar os jovens como protagonistas nos mercados da moda, da música e do esporte, entre outros (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 11).

Para a compreensão da juventude, é importante perceber o ambiente em que se encontram os indivíduos. Não é somente a faixa etária que dimensiona quem está dentro ou fora do grupo, muitos menos ela deve ser rígida em classificação. Se a faixa etária pode variar de acordo com as influências sofridas, outras dimensões podem ser observadas para identificar a categoria juventude, conforme Catani e Gilioli (2008): a) maturidade/imaturidade – o uso de variáveis biológicas e psicológicas; b) critérios socioeconômicos – renda, escolarização, casamento, paternidade ou maternidade, ambiente rural ou urbano e independência econômica; c) estado de espírito, estilo de vida ou setor da cultura – expressões culturais e aos comportamentos juvenis.

Os autores destacam o conceito de subcultura(s) para falar de juventude e da lacuna que separa pais e jovens – com foco na autonomia que estes querem de seus responsáveis –, mas que, ao mesmo tempo, se aproxima para manter identificação com as gerações anteriores. Em outras palavras, “‘subculturas juvenis’ não deixam de pertencer à cultura geral da sociedade, mas também não ignoram a autonomia cultural dos jovens, considerando suas ‘leis’ próprias tão legítimas quanto as de outras ‘subculturas’” (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 17).

As subculturas e até mesmo as próprias condições juvenis sofrem rupturas que cerceiam jovens com a mesma idade, mas que têm realidades de vidas distintas. Por exemplo, a indústria da cultura (chave mestra para o consumo cultural desses jovens) contribui exponencialmente para as exclusões e diferenciações juvenis. Um jovem pobre não tem as mesmas possibilidades de consumo de um jovem com mais poder aquisitivo. Dessa forma, quando se fala em consumo não quer dizer essencialmente se tratar do pagamento em troca de mercadorias, mas sim para tudo que é utilizado no cotidiano. Para ficar mais claro, mantemos a comparação entre os jovens com menos e com mais poder aquisitivo. Enquanto o primeiro tem como espaço de lazer a praça pública próxima à sua residência, o segundo tem como lazer shoppings, casas de shows, viagens, etc.

A ampliação das classes médias urbanas promoveu também o aparecimento de novos segmentos que tiveram acesso à escola. Nas décadas de 60 e 70, os movimentos estudantis tornaram-se o símbolo por excelência da juventude. Ser jovem significava, sobretudo, ser estudante. Assim, as atenções que a sociedade e o Estado dispensavam à juventude se resumiam, em geral, a discussões sobre educação e o potencial de rebeldia estudantil.

O panorama se altera a partir da década de 1980, colocando as diversas “tribos” e subculturas juvenis em um primeiro plano e trazendo à tona os problemas da juventude como essencialmente urbanos. A própria discussão das “tribos” juvenis já implica a análise das relações entre urbanidade e juventude (CATANI; GILIOLI, 2008, p. 38).

Os jovens se identificam e criam identidades de acordo com o espaço que desejam ser aceitos. Então, as ‘tribos’ ou estilos são reflexo da tentativa de encaixe em um grupo, da aceitação e às vezes de *status*. Essa busca dos jovens, seguindo o pensamento de Catani e Gilioli (2008), é uma espécie de rito de passagem do ambiente familiar, em que há uma convivência entre diferentes gerações, para um ambiente de encontro com indivíduos de idades e ideais mais próximos.

Além de uma identidade e caracterização específica, os diferentes estilos também proporcionam a observação de diferentes vivências da condição juvenil, que vão desde a periferia até as classes mais privilegiadas. Há estilos de comportamento juvenil tais como góticos, *hippies* e surfistas, por exemplo, que são semelhantes em comportamentos e vestimentas, se esses pertencerem a mesma classe socioeconômica, mas se o mesmo estilo vier de indivíduos de uma classe socioeconômica mais abaixo, a diferenciação será perceptível, tanto nas vestimentas quanto no comportamento. Ou seja, apesar dos dois grupos

de indivíduos compartilharem do mesmo estilo, suas vivências influenciam em seu comportamento e os tornam tão distintos.

1.2 Tecnologias da informação e ferramentas digitais: consumo e usos pelos jovens

É inegável o papel da internet frente aos diferentes processos de conhecimentos mediados pela tecnologia, visto que ela propicia o acesso à informação de forma rápida e eficaz, possibilitando a aproximação dos usuários a um leque de opções, que antes nenhum outro veículo de comunicação foi capaz de conseguir. O conjunto de equipamentos e aparatos eletrônicos capazes de armazenar, processar e disseminar conteúdos e informações deu origem ao conceito proposto por Schuning *et al.* (1999, p.18):

Os novos sistemas de comunicação e informação, situados na intercessão da informática, das telecomunicações e dos meios audiovisuais, são sistemas complexos e interconectados. (...) A convergência de numerosas redes por onde circulam os fluxos de informação até um ponto único, a tela do terminal de computador – que bem pode ser a do televisor domiciliar – indica a impossibilidade de isolar, em nossos dias, os campos até pouco tempo dissociados da informação – notícia, da informação – entretenimento e da informação – controle social.

Na conjuntura que permeia os vários conceitos acerca da Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC), pode-se destacar o de Cruz (1997, p.160), ao dizer tratar-se do “conjunto de dispositivos individuais, como hardware, e software, telecomunicações ou qualquer outra tecnologia que faça parte ou gere tratamento da informação, ou ainda, que a contenha”. Ainda sobre o campo das definições atribuídas às Tecnologias da Informação e da Comunicação, Schuning *et al.* (1999) diz que elas correspondem ao meio que proporcionou enorme processo de alteração cultural em todos os povos da atual civilização, e cuja amplitude futura é sequer possível de mensurar.

Desse modo, cabe salientar que TIC's representam um desafio maior do que o inicialmente dimensionado, visto, entre outras competências a elas atribuídas, a notória agilidade dos fluxos informativos para atender às demandas tanto sociais (na concepção de grupos) quanto as individuais. Assim sendo, de acordo com Castells (2005), os constantes avanços nas Tecnologias da Informação e da Comunicação fazem antever a emergência de novas possibilidades para a produção de conhecimentos que atendam aos cenários contemporâneos das diversas atividades, mediante o fato de que ampliou de maneira até então

imensurável a capacidade de criação e divulgação de conteúdos variados, induzindo a formação de uma rede onde o espaço para expressão tornou-se mais igualitário.

O ambiente digital possibilita essa igualdade em uma escala maior do que quando apenas as tecnologias tradicionais operavam. O acesso rápido e conteúdo a disposição na rede estimulam a participação da sociedade na constante construção do meio digital. O público está a um *click* de qualquer informação. As novas tecnologias proporcionam isso, além de estimular o público, principalmente jovem, por meio das plataformas digitais. Não que as plataformas tradicionais sejam agora esquecidas, mas a interatividade que as digitais dispõem é latente. Plataformas essas, que são exploradas pela mídia a fim de cativar cada vez mais público, seja por meio do celular, computador, aplicativos, dentre outras possibilidades.

A possibilidade para a igualdade ao acesso exigiu mudanças e inovações, a partir das necessidades sociais, para que então fosse concretizada e colocada em prática. Um exemplo dessa inovação é a mudança da mídia para se adequar ao que a sociedade contemporânea necessita. Quadros *et al.* (2011) cita Fidler (1997) e o termo que o autor traz: midiamorfose, que quer dizer que a mídia é influenciada por outros meios e formas de comunicação.

Desta forma, seguindo o conceito de midiamorfose percebemos que a mídia e as diferentes telas (cinema, televisão, computador pessoal, telefone celular e mais recentemente a dos *tablets*) sofreram esse processo evolutivo. Segundo Fidler, “toda mídia influencia e é influenciada por outros meios e formas de comunicação. No início, sempre apresenta características de meios predecessores para depois de algum tempo adquirir uma linguagem própria” (QUADROS *et. al.*, 2011, p. 5). Assim, Fidler já antecipava o pensamento de que os meios só se desenvolvem a partir da oportunidade ou necessidade social, cultural, política ou econômica.

Todo o processo de mudança necessita de uma transição para acontecer. Ou seja, remediar algo que foi rompido. Barbosa (2005) traz o termo remediação à luz de Bolter & Grusin (2000) como uma ação que melhora os predecessores afetados pela inovação, nesse caso a mídia tradicional sendo melhorada pela ruptura que as novas mídias digitais causaram. “Remediation é a palavra chave para a mídia digital, pois implica o reconhecimento do meio anterior, da sua linguagem e da sua representação social” (Barbosa, 2005, p. 1449). Ela ainda aplica a definição à prática do jornalismo:

emprego e a utilização de bases de dados vai operar remediações nos sistemas de produção, de obtenção da informação, no âmbito dos gêneros jornalísticos e da apresentação dos conteúdos, e, em outro, vai gerar inovações quanto aos modos de fazer jornalismo nas redes digitais, configurando, então, um cenário de dupla via caracterizado por remediações e rupturas (Barbosa, 2004b). (Barbosa, 2005, p. 1450).

Alcançar o receptor é primordial para que a recirculação da informação da forma remediada ocorra. Seja na fase de pré-produção quando se busca entender quais as necessidades de cada público, seja na fase da produção e pós-produção, quando há o pensamento sobre quais ferramentas de acesso serão utilizadas e a originalidade e o imediatismo do produto oferecido.

Entender como os jovens irão fazer uso das ferramentas de acesso ao conteúdo e inserir no seu dia a dia o hábito do consumo jornalístico se tornou parte do processo. Até porque a internet possibilita a modificação, seja pelas tecnologias dos dispositivos móveis, seja pela busca pelo novo – estímulo dessa nova geração, ou ainda, pela exigência de produtos específicos e originais para um determinado meio digital. Originalidade que Barbosa *et al.* (2013) considera como aplicações autóctones com “formato (estrutura) que incorpora recursos como navegação não linear, explora imagens em 3D ou 360 graus, trabalha com narrativas mais longas, recursos para visualizar imagens internas com o toque das mãos, entre outros” (BARBOSA *et al.*, 2013, p.14).

A convergência jornalística e o jornalismo em dispositivos móveis expressam uma nova dinâmica para os processos de produção e consumo de notícias. Westlund (2013) argumenta a necessidade de se pensar em um “novo modelo para o jornalismo” diante da cultura da mobilidade estabelecida com os dispositivos *tablets* e *smartphones* e das propriedades das telas touchscreen, que realçam uma nova categoria: a taticidade (PALACIOS, CUNHA, 2012) como uma das características proeminentes para o jornalismo em dispositivos móveis⁵. Em outro texto (BARBOSA, SILVA, NOGUEIRA, 2012) também se explorou essas especificidades a partir da noção de produtos autóctones (Figura 1), definidos como aplicativos de natureza nativa que se inserem na modalidade de exploração dos recursos característicos das plataformas móveis em termos de navegação, interação tátil e outras particularidades dos apps (BARBOSA *et al.*, 2013, p.13).

As aplicações autóctones conversam com um dos tipos de recirculação que Dalmonte (2015) aborda quando os produtos autóctones são divulgação com nova roupagem, ou seja,

⁵ Para Palacios e Cunha (2012), a taticidade soma-se às características já exploradas no jornalismo em redes digitais como hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, atualização contínua e memória. Desse modo, a análise da produção para plataformas móveis considera essa especificidade como relevante nas apropriações realizadas (BARBOSA *et al.*, 2013, p.25).

com modificação para atender a especificidade da plataforma e de originalidade, a fim de atender aos interesses do público. Essa recirculação pode ser impulsionada através da participação dos usuários das redes sociais digitais, pois a informação estará sempre em modificação de conteúdo realizada por eles, ao mesmo tempo em que se renovando por estar em discussão. O outro tipo de recirculação é dito pelo autor como simples, pois mantém a formatação original do produto midiático, além de seguir o ordenamento estimulado pela mídia.

1.2.1 Consumo e usos dos produtos midiáticos

Que os jovens são consumidores ativos não é novidade. Isso não só na era das tecnologias móveis, onde tudo é mais rápido e atrai o jovem, mas sim desde o surgimento da televisão. Época que se prendia o telespectador à frente do aparelho para assistir toda sua programação, principalmente os comerciais. Daí as empresas sentirem a necessidade de preparar/moldar o consumidor jovem para assim conseguir fidelidade às marcas e organizações. Prática essa que persiste até hoje, mas com o diferencial do seu fazer, ou seja, o procedimento para atrair os consumidores (e garantir a fidelidade) foi modificado. Pois as novas tecnologias exigem uma seleção de instrumento que as organizações irão utilizar para atingir o seu público.

(...) devemos considerar o poder dos meios de comunicação, em especial os áudio-visuais, junto aos jovens na sociedade contemporânea, uma vez que estes se tornam os meios de maior visibilidade, referência e consumo para eles. Essa realidade implica em uma estrutura que admite esses meios televisivos, os vídeos games e as novas tecnologias da informação como algo muito maior do que um simples meio de informação que, ao lado dos outros, transmite conteúdos específicos. Implica em uma estrutura de comunicação, uma forma de saturação informacional de meio ambiente na sociedade de hoje, cada vez mais pautada pela tecnologia eletrônica e pela organização tecnoburocrática (idem), (TOSI, 2011, p. 26).

Cabe salientar que para este estudo, o termo consumo não se refere à sua denotação referente às práticas comerciais. Corroborando com a temática em questão o consumo enquanto um conceito teórico e analítico de uma prática social cuja perspectiva em foco diz respeito ao campo da comunicação, ou seja, supera as restrições da terminologia somente quanto às ideias de necessidades e instrumentalidade dos bens. Assim, falamos em “o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso

e de troca, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica” (CANCLINI, 1993, p. 34 *apud* JACKS *et al.* 2014, p.3-4).

A pesquisa ‘O consumidor de mídia brasileiro’⁶ realizada com indivíduos com faixa etária entre 12 e 75 anos, pelo *Target Group Index*⁷ e divulgada, no Brasil, pelo Kantar Ibope Media (2016) possibilita a visualização do panorama dos hábitos e de comportamento de mídia no Brasil em 2015. Os dados para TV dizem que esse meio é o de maior penetração no Brasil, pois 37% dos respondentes assistem à TV e navegam na internet ao mesmo tempo; tem por preferência, os noticiários, filmes e novelas; gastam um tempo médio de 4h28 consumindo TV; já o rádio é utilizado por 49% dos respondentes para ouvir notícias locais e 35% para ouvir notícias de trânsito. Outro dado é quanto à mobilidade: 18% ouvem rádio pelo celular/*smartphone*.

Contudo, para essa dissertação somente iremos nos ater aos dados com jovens, jornalismo, internet e dispositivos móveis. Os resultados da pesquisa divulgada pelo Kantar Ibope Media (2016) revelaram que, nos últimos 5 anos, o consumo da internet cresceu 32% entre a população. Na questão do consumo da internet 21% dos respondentes são jovens entre 12 e 19 anos. O tempo médio de consumo fica entre 3h33. E 64% acessaram o meio digital via *smartphone*, 48% pelo notebook e 45% pelo desktop. Eles utilizam a rede para trocar mensagens instantâneas (84%), e-mail (68%) e redes sociais (82%).

O espaço midiático onde o jovem provavelmente ganhou mais visibilidade foi a internet, por se tratar de um ambiente no qual o próprio usuário pode divulgar suas ideias e não depender de outros para publicação delas. E é sobre esse espaço que iremos relacionar os jovens e os meios de comunicação. No mundo web existe a convergência de outras mídias, a exemplo da TV. Até porque esse é o ambiente mais acessado pelos jovens para estarem em contato com diferentes conteúdos em diferentes plataformas, ou seja, com diferentes tipos de consumos.

Na conjuntura exposta, tencionando correlacioná-la ao processo de comunicação sob a ótica da produção jornalística, cabe reconhecer que as tecnologias da mobilidade foram

⁶ Universo pesquisado: pessoas de ambos os sexos das classes AB, C e DE com idade entre 12 e 75 anos e, também, total de domicílios das regiões pesquisadas. Representatividade: 49% da população brasileira entre 12 e 75 anos. 81 milhões de pessoas. Na análise domiciliar, representa aproximadamente 33 milhões de domicílios.

⁷ É um estudo “single source” sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas, presente em 70 países. A entrega dos dados é realizada 2 vezes ao dia.

responsáveis pelos novos caminhos e possibilidades do fazer jornalístico. Até porque este se insere na concepção de mobilidade advinda das tecnologias da telefonia móvel, denominada de comunicação móvel ou de mobilidade, amplamente conhecida pelos presentes no ambiente contemporâneo de digitalização e das conexões em rede.

A Geração Internet tem hábitos de mídia completamente diferentes daqueles que os seus pais *baby boomers* tinham na sua idade. Quando a minha geração, os *boomers*, assistia à televisão na adolescência, simplesmente assistia, durante aproximadamente 22,4 horas por semana. Não respondíamos. Quando líamos jornais ou ouvíamos os sucessos no rádio, éramos sobretudo consumidores passivos. Eram os grandes e distantes poderosos da indústria do jornalismo e do entretenimento – e não nós – que decidiam quais notícias deviam ser publicadas, quais músicas valiam a pena ouvir e quais filmes seriam exibidos nos cinemas (TAPSCOTT⁸, 2010, p. 56).

Assim, nota-se que a informação jornalística também sofreu modificações no consumo de notícias, mas continua tendo sua importância na vida dos jovens. Então, o que apenas mudou foi a forma que esses jovens contemporâneos consomem os produtos jornalísticos, que pode ser realizando mais de uma ação enquanto consome a notícia, por exemplo, seja em associação com a leitura, ouvindo uma música, assistindo um programa de TV e até mesmo interagindo com outras pessoas presencialmente ou virtualmente. Isso caracteriza o que se chama de jovem multitarefa: realizar ao mesmo tempo mais de uma ação.

Outra característica dessa geração é ter controle de quando, onde e o que querem consumir. Não precisam ficar esperando a programação oficial como seus pais faziam para saber as notícias do dia, muito menos esperar a edição dos jornais nas bancas. Está tudo online, basta um clique e qualquer informação em tempo real está a sua disposição. E mais: está também em tela de dispositivo móvel, o que facilita o acesso em qualquer lugar e a qualquer momento.

A PBM – Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – divulgada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República revelou que quanto à leitura de jornal: 67% preferem a versão impressa e 30% a versão digital, sendo que 53% são jovens leitores com até

⁸ A pesquisa do autor envolveu os jovens de 12 países: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, México, Brasil, Rússia, China, Japão e Índia. “A equipe do livro realizou pesquisas qualitativas. Criamos uma comunidade no Facebook com mais de duzentas pessoas (Grown Up Digital – Help Me Write the Book [A hora da geração digital – Ajude-me a escrever o livro]) para solicitar opiniões e histórias, e muitos integrantes da Geração Internet contribuíram com essa iniciativa. A rede global de 140 mil integrantes da Geração Internet no TakingItGlobal (www.takingitglobal.org) também hospedou uma série de discussões em nosso nome e ao longo de vários meses” (TAPSCOTT, 2010, 378).

24 anos e 88% são idosos com 65 anos ou mais. A leitura segundo a pesquisa ocorre mais de segunda a sexta-feira (53%) e nos fins de semana a percentagem cai para 30%. Já a leitura diária atinge 10%, mesmo para aqueles que leem apenas uma vez por semana. Um dado que reafirma o exposto nos parágrafos anteriores, já que a informação ainda é importante para o jovem, contudo a maneira que ele irá adquirir essa informação é que está em mudança. Muitos não buscam mais jornais como seus pais faziam ou ainda fazem. Atitude que fica bem evidenciada na fala de Ben Rattray, 27 anos, San Francisco, fundador e presidente do site Charge.org: “Eu não leio jornais, mas me mantenho informado. Se a informação for importante, vai ao meu encontro” (TAPSCOTT, 2010, p. 59).

A PBM 2016 ainda expõe outros dados que influenciam na leitura ou não de jornais. Segundo ela, características sociodemográficas da população continuam a afetar esses resultados: os homens (10%) leem mais jornal do que as mulheres (6%) e a frequência de uso tende a crescer ao se passar dos estratos sociais de menor renda (3%) para os de maior renda familiar (31%), dos menos escolarizados (9%) para as pessoas com mais anos de estudo (19%) e dos municípios com menos de 20 mil habitantes (4%) para os mais populosos (11%).

Para a internet a PBM 2016 não trouxe os dados quanto ao interesse dos entrevistados sobre ao assunto para a leitura, contudo a edição anterior da pesquisa – PBM 2015 – traz esses dados. As pessoas estão em busca de informação (84%), seja sobre o seu dia a dia, o país ou lazer e entretenimento. Entre os cadernos mais lidos pelos entrevistados (1º + 2º lugares) estão os de cidade, notícias locais e cotidiano (28%); esportes (24%); notícias policiais (16%); política brasileira (14%); classificados (12%); cultura e lazer (10%) e economia brasileira (10%).

Apesar de termos uma noção da trajetória que o jovem está realizando para o atual acesso à informação, a pesquisa da PBM 2016 coloca em dados o contraditório. Ou seja, segundo a pesquisa, dos entrevistados que leem jornal, a maioria continua consumindo esse meio de comunicação da maneira tradicional, na versão impressa. Assim, a pesquisa mostra que a percepção da prática de leitura poder ser mais digital do que física, ainda está em desenvolvimento e não concretizada. A PBM 2015 defende que junto com o crescimento da internet como meio de comunicação, aumentarão também as especulações sobre a substituição das edições impressas dos jornais por edições digitais. Ou seja, a pesquisa dar a entender que os brasileiros não pensam igual ao jovem Ben Rattray, de San Francisco,

fundador e presidente do site Charge.org, e que querem continuar a consumir jornal, mas em versão digital.

O acesso de informação, assim como seu consumo estão interligados, mas podem ser realizados de diferentes maneiras como demonstra Dalmonte (2015). Para o autor, o quadro evolutivo dos meios de comunicação compreende três fases de consumo midiático: 1) consumo partilhado: consumo de produtos radiofônicos e televisivos feito em grupo, onde há troca imediata de impressões a partir da programação; 2) consumo individualizado: agora com mais de um aparelho receptor no domicílio, o consumo é feito de forma privada e/ou individual; 3) consumo privado e compartilhado: consumo e compartilhamento de impressões de forma simultânea, sendo o segundo realizado também por sites de redes sociais. Aqui o assistir junto da TV da sala é resgatado de certa forma para o assistir simultaneamente, sem a necessidade de estar no mesmo ambiente, seja físico ou virtual. Por mais que não estejam no mesmo espaço, quem assiste e compartilha suas impressões troca a experiência com outros que fazem o mesmo em igual espaço de tempo.

Um exemplo do consumo privado e compartilhado é o que Proulx & Shepatin (2012, p.11 *apud* DALMONTE, 2015, p. 5), nomeiam como *backchannel* televisivo. A partir da conversação em tempo real durante a transmissão do programa *The Voice Kids*, por exemplo, as pessoas utilizam o *Twitter* para expressar e trocar impressões sobre o programa. Assim o indivíduo se conecta ao grande grupo virtual. Neste sentido, as redes sociais digitais estão sendo cotadas como estrutura de apoio à divulgação da programação televisiva. Isso tem chamado a atenção das organizações como um meio para propiciar o engajamento de novas audiências.

Decorrente do cruzamento entre plataformas midiáticas, ou *cross-media* (Giovagnoli, 2009; Jenkins, 2008; Jenkins, Ford e Green, 2013), chega-se às audiências cruzadas, configurando novas formas de consumo midiático. Um mesmo produto televisivo, por exemplo, passa a ser apropriado de distintos modos, integrando-se a novas rotinas propostas por sites de redes sociais, como *Facebook* e *Twitter* (DALMONTE, 2015, p. 2).

Essa nova forma de consumo, e até mesmo de produção, é uma das características da nova geração e adequadas aos conceitos de recirculação ou reverberação, citados anteriormente. Dalmonte (2015) destaca algumas inovações como resultado desses cruzamentos: rompimento da temporalidade de consumo; divulgação de produtos midiáticos

pelo consumidor; e aplicação do espalhamento midiático. Dessa forma, a caracterização de cada uma será feita a seguir.

Rompimento da temporalidade de consumo: antes o consumo era síncrono. Tinha que obedecer ao tempo de circulação imposto pelos meios de comunicação para se consumir. Agora, não se está mais preso aos horários para se ter acesso aos produtos midiáticos. Ou seja, o consumo é assíncrono. Ainda existe horário para exibição, mas o consumidor não precisa se prender a ele para consumir. Pode fazê-lo em outro momento tão bem ou até melhor do que faria no horário da programação.

Divulgação de produtos midiáticos pelo consumidor: para Dalmonte (2015), essa inovação ganha força com alguns dispositivos, tais “curtir” e “compartilhar” etc, amplamente disponibilizados em especial nas redes sociais, e que são tidos como fundamentais para mensurar se a promoção dos produtos midiáticos contemporâneos obteve êxito.

Aplicação do espalhamento midiático: o consumidor capta o produto divulgado, seja esse comercial, informativo, ou de outra natureza e redistribui na rede. Dando um ar de novo ao produto original. O consumidor faz isso de forma integral ou também pode fazer um recorte com tom de sátira, ironia, mais objetivo, etc. Da mesma forma que modificar a mensagem que o produto original gostaria de passar aos consumidores, agregando assim novos sentidos. A redistribuição acontece por dias, semanas e até meses. Tudo dependerá da aceitação dos demais consumidores. Quanto mais o produto redistribuído é visualizado pelos demais, mais ele fica em evidência ao longo dos dias. “(...) como pontuam Jenkins, Ford e Green (2013, p.1) de maneira bastante objetiva: ‘se não se espalhar, está morto’” (DALMONTE, 2015, p. 3). Em outras palavras, o espalhamento midiático consiste em:

Em detrimento da lógica de circulação midiática tradicional, Jenkins, Ford e Green (2013, p.1) apresentam uma nova ideia, na qual a tal “mídia espalhável” denota a emergência de um modelo híbrido, que explicita a confluência de forças “de cima para baixo” (fluxo convencional) e “de baixo para cima” (novos fluxos participativos decorrentes de redes sociais, por exemplo) (DALMONTE, 2015, p. 3).

O autor também alerta que é necessário traçar pelo menos dois caminhos distintos e um intermediário para a circulação midiática. O primeiro é o mais simples, segundo Dalmonte (2015). “Os produtos midiáticos estão sendo elaborados para o espalhamento em redes integradas a ferramentas que indicam ações como: curtir, compartilhar, comentar etc. Em questão de segundos, um elemento ganha o mundo. (...) está associado o conceito de *mídia*

viral.” (DALMONTE, 2015, p. 11). Tudo se espalha rapidamente como um vírus, daí a analogia. É o público consumidor que faz recircular, por intermédio de seus contatos em redes sociais digitais, principalmente, o produto midiático.

O segundo caminho pode não ser tão agradável para a organização que criou o produto e vê o trabalho de meses se “destruir” em minutos pela criatividade da audiência. Mais especificamente, o segundo caminho que deve ser levado em consideração é quanto às modificações que o público pode realizar no produto e redistribuir com um novo sentido. Esse processo é definido como *Trollagem*. Um exemplo citado por Dalmonte (2015) foi a campanha da Coca-Cola com latinhas personalizadas e o aplicativo para incluir nomes de amigos ou frases para o compartilhamento em redes sociais digitais. Embora a campanha tenha sido bem aceita pelo público, ela foi alvo de *trollagens*. No espaço da latinha onde era destinada a inserção de nomes ou frases foi escrito ‘quanto menos refrigerante melhor’. Essa imagem viralizou na internet.

O uso das redes sociais digitais como jornalismo participativo também chama a atenção dos profissionais da área e de leitores. Elas são livres para os registros de conteúdos de textos, de vídeos e de áudios em tempo real. Isso, que possibilita a formação de opinião sobre determinados assuntos debatidos entre os indivíduos comuns ou não. Daí surge uma outra vertente: a busca dos jornalistas em redes sociais digitais por pautas, fontes ou apuração de fatos.

Meios de comunicação assinam o serviço de notícias, que vasculha a Internet (em geral, o Twitter e outras redes sociais) para achar o que há de melhor em vídeo, foto e texto produzido pelo internauta comum e corrente (...) O twitter, como todos sabem, foi usado para divulgar relatos em primeira mão de envolvidos em eventos como os protestos da Primavera Árabe. O Instagram é basicamente um twitter para fotos. (...) Depois de viralizar em redes sociais, fotos do furacão Sandy postadas no Instagram foram parar até em veículos de comunicação tradicionais (ADLER, 2013, p. 28 e 38).

A mídia hoje também é um meio para o leitor se comunicar e não apenas consumir. Seja uma comunicação que só diga o que acontece em sua localidade ou diferentes partes do mundo, seja uma comunicação que revele sua identidade, apenas. Esta última, muito praticada em sites de redes sociais digitais. Seus integrantes publicam conteúdo buscando status e definição de um perfil para ao demais, a exemplo de ser tachado como inteligente, engraçado ou bonzinho.

Adler (2013) concebeu quatro tendências para entender os novos padrões de consumo de notícias e suas implicações. São elas: 1) proliferação de fontes, formas de conteúdo e novas tecnologias para consumo de informações; 2) participação do consumidor na disseminação e produção de notícias; 3) volubilidade, pois a nova geração percorre uma infinidade de meios; e 4) personalização do fluxo de notícias que chega ao indivíduo. Ele também traça um perfil das notícias mais utilizadas nas mídias sociais. “Segundo editores, recursos visuais – normalmente fotos, mas as vezes infográficos ou outra forma de ilustração – ajudam muito na viralização em redes sociais. (...) A informação factual é menos popular do que o conteúdo mais leve” (ADLER, 2013, p. 28).

Segundo Dalmaso (2012), a procura por diversas fontes de informações fez com que a mídia tradicional buscasse sua inserção em plataformas online. Ou seja, fez com que “empresas jornalísticas, motivadas por interesses econômicos e de visibilidade, direcionassem sua atenção às mídias digitais, adaptando ou adequando seus produtos ao ambiente digital e criando canais em sites de redes sociais” (DALMASO, 2012, p. 2).

Para Adler (2013), o jornalismo precisa estar em todo lugar que os leitores estejam seja em redes sociais, emails, lojas de aplicativo de celular ou *tablet*. Ao mesmo tempo em que, segundo o autor, também devem investir em alternativas para aqueles leitores que não possuem tempo no seu dia a dia para verificar incessantemente suas redes sociais digitais ou sites de comunicação. “Tem gente que passa o dia todo em reuniões e vê na *newsletter* por email um jeito de ficar a par dos fatos” (ADLER, 2013, p. 33).

Dalmaso (2012) acredita que, ao perceber o crescimento do uso das redes, as empresas jornalísticas busquem a inserção em redes sociais digitais, pois possuem o interesse em publicar conteúdos que se revertam em mais acesso para seus sites e visibilidade às suas marcas. Outro fator que as empresas podem utilizar a seu favor é a conexão em tempo real com os consumidores. Assim, a depender da reação e receptividade do público sobre um determinado produto, a empresa pode identificar o problema e modificar sua estratégia.

1.2.2 Nativos e imigrantes digitais: modos de convivência do jovem no ambiente digital

A facilidade com que os jovens desvendam as novas tecnologias pode ser compreendida se observado a interação natural entre eles e o processo de aprendizagem e uso, principalmente dos dispositivos móveis. O que é algo semelhante ao que ocorreu com a geração anterior quanto ao uso da TV, com a diferença de que os jovens da atualidade têm mais visibilidade, ditam o que querem e quando querem. Se estiverem insatisfeitos com algum produto/conteúdo manifestam a indignação e cobram resultados. Ou ainda, simplesmente criam algo para satisfazer as suas necessidades, que também são de um coletivo. Já que a interação em rede possibilita o movimento de muitos para muitos.

Tapscott (2010), escritor voltado para o comportamento da geração digital, apresenta as diferenças das quatro gerações, desde a TV até os meios digitais. Em seu texto as citam como Geração *Baby Boom* (1946 - 1964) – aquela que cresceu com a TV; Geração X (1965-1976) – aquela que, segundo o autor, é menos expressiva por ser uma época de baixa natalidade; Geração Internet ou do Milênio ou ainda Y (1977 – 1997) – que nasceu com a internet; e Geração Next ou Z (1998 aos dias atuais) – aquela que vive em convergência e fazendo parte do processo criativo.

A todo momento, o autor traz evidências empíricas para desconstruir os argumentos dos autores antagonistas à visão positiva sobre a “Geração Internet” (como Marc Bauerlein, M. GigiDurhen, Willian Damon, Jean Tueng), que acusam a internet pela produção de jovens narcisistas, preguiçosos, incapazes de se concentrar, despreparados para o convívio social, “emburrecidos”, mimados e violentos. Pensamento um tanto contraditório para os jovens que sempre estão conectados, descobrindo o novo – muito por processo dedutivo, colocando em prática novas experiências e constantemente em troca com outras pessoas.

Levando em consideração que Tapscott (2010) avaliou a evolução das gerações ocorrida nos EUA, temos que fazer um adendo à realidade brasileira. Já que, em sua pesquisa, o autor acabou por desconsiderar os diferentes graus e ritmos de popularização da tecnologia, assim como da internet, em relação ao que ocorreu nos EUA, Europa e Japão. Dessa forma, se nos EUA um indivíduo de 40 anos pode ser considerado como membro da “Geração Internet” igualmente ao último indivíduo dessa geração que tem 20 anos, no Brasil isso pode não se aplicar, já que a internet e os computadores pessoais em nosso país começaram a se

popularizar somente a partir de 1996. Então, se para o Brasil houve esse atraso de 20 anos, seria preciso ampliar igualmente essa periodização para entender o comportamento das gerações brasileiras ou mesmo adaptar a definição de cada uma.

Henry Jenkins (2010), um dos principais pensadores do impacto das novas tecnologias na contemporaneidade, durante entrevista⁹ expôs as diferenças (e semelhanças) entre os jovens de 2000 e os de 2010, com uma previsão para 2020. Para ele, os pontos em comum das gerações são muito maiores do que as diferenças. Os adolescentes hoje adquirem música por plataformas diferentes, mas a escolha musical individual ainda é o indicador-chave da identidade pessoal e social de alguém para os jovens. Ainda buscam a criação de um lugar próprio para eles mesmos, longe de olhares e críticas dos adultos. Contudo, Jenkins também aponta diferenças significativas:

Como é continuar conectado com seus amigos não importando onde você está no planeta? E poder formar laços sociais intensos e íntimos com pessoas que você pode nunca conhecer cara a cara? Ou saber que as fotos que você tirou numa festa quando tinha 16 poderão voltar à tona numa entrevista de emprego quando você tiver 25? Pois elas duram para sempre on-line e podem ser acessadas por pessoas que não têm a ver com você em tese. São algumas das questões diferentes que adolescentes contemporâneos encaram (JENKINS, 2010).

Para a geração de 2020, Jenkins (2010) afirma que claramente ela será bem diferente da atual, já que estará envolvida com mudanças significativas [que já começaram] nos diferentes níveis: econômico, social, cultural, político, legal, etc. Como os jovens são os primeiros a se adaptar às práticas culturais emergentes, personificam as mudanças trazidas em busca da criação do seu próprio espaço, consequentemente, para Jenkins (2010), esse processo atribui aos jovens o valor de guardião da maioria das práticas culturais. “Na medida em que isso acontece, vão criando marcas no estilo e no gosto que sinalizem a identidade deles”, (JENKINS, 2010). Essa troca de informações, criações e consumos fica mais acentuada quando há convergência dos meios de comunicação.

Para o autor [Henry Jenkins], a convergência é um processo que ocorre em vários cruzamentos dos meios de comunicação: tecnológico, industrial, de conteúdo e também de público. Jenkins (2010) ainda aponta que a diversidade de plataformas exige novas habilidades para gerenciar informações, bem como novas estruturas para transmiti-las. Nessa Era onde a mídia pode estar em muitos lugares, como aponta o autor, também surgem

⁹Entrevista publicada no jornal O Globo, 2010. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/megazine/mat/2010/05/25/henry-jenkins-jovemo-guardiao-da-cultura-916689796.asp>>.

novos gêneros criativos para explorar o potencial dessas estruturas informativas emergentes. E os jovens personificam a mudança que as mídias estão trazendo e é, por isso que para Jenkins, eles são os guardiões das práticas culturais (QUADROS *et al.*, 2011, p. 2).

Tapscott (2010) defende que os jovens não são passivos no meio digital e que não aceitam simplesmente o que lhes é oferecido. Os jovens são ativos, participativos, que não ficam somente na observação de um fato, mas também perguntam, discutem, argumentam, criticam, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam, tudo a depender de sua necessidade ou da necessidade de um coletivo. “Eles são iniciadores, colaboradores, organizadores, leitores, escritores, autenticadores e até mesmo estrategistas ativos, no caso dos videogames. (TAPSCOTT, 2010, p. 32-33).

Nesse viés, as empresas de comunicação devem adaptar e renovar as suas atividades para atender as necessidades do público. Em tempos de convergências, a presença delas em plataformas digitais estimula o acesso a seus conteúdos. Até porque o jovem em busca de unir imediatismo e informação tem como possibilidade o celular inteligente como ferramenta para acesso. Os nativos digitais nasceram e cresceram com inúmeras renovações sobre seu ambiente, ao mesmo tempo em que acompanharam a constante mudança realizada pelos usuários da rede, seja por contribuição, comentário ou motivação para a mudança. Dessa forma, a realidade dos jovens em meio digital é um constante processo de acontecimentos, mas que estão sempre a par do que acontece. Assim, o ‘celular inteligente’ é o dispositivo que mais se adequa às necessidades diárias do jovem, já que há a possibilidade de se manter conectado em todo lugar e a todo o momento.

Prensky (2001) apresenta os jovens como nativos digitais. O conceito está relacionado a uma geração que cresceu imersa na cultura digital, acompanhando o surgimento e a evolução das tecnologias. No Brasil, são aqueles que nasceram a partir de 1995 com o início da internet comercial no país. Em outras palavras, os nativos digitais são aqueles que associam o cognitivo ao sensorial em um nível mais efusivo e intenso.

Esta geração digital teria mais possibilidades e facilidades para buscar, nas redes digitais, o esclarecimento de suas dúvidas. Contudo, o que se percebe são jovens utilizando a intuição (tentativa e erro) para alguns esclarecimentos. Nessa perspectiva, os nativos digitais são aqueles que “(...) passaram a vida inteira cercados e usando computadores, videogames,

tocadores de músicas digitais, câmeras de vídeo, telefones celulares e todos os outros brinquedos/ferramentas da era digital”¹⁰ (PRENSKY, 2001, p.1).

O autor ainda diferencia os nativos digitais dos imigrantes digitais. Esses últimos que não nasceram no mundo digital, mas em algum momento mais tarde adotaram muitos ou a maioria dos aspectos da nova tecnologia. Prensky (2001) chama a atenção para a urgente necessidade do sistema educacional se adaptar à realidade digital. Apesar de o seu texto ter 16 anos e ser de origem norte-americana, as críticas nele contidas ainda são reais ao Brasil. Ele alerta que os professores devem reformular os métodos de ensino-aprendizagem, ao mesmo tempo em que modificar o conteúdo programático. Para ele, é essencial o sistema educacional adequar-se à realidade digital tão viva no cotidiano dos jovens. Mais ainda, é importante os professores (imigrantes digitais) estarem atualizados tecnologicamente, habilitados a ensinar e ocupar a vaga que lhe cabem com competência.

Outro contexto complementar que Prensky (2001) traz é o conceito do fenômeno neuroplasticidade. O qual consiste em dizer que o cérebro se reorganiza constantemente. Não importando se estamos na infância ou na fase adulta. Então, segundo o autor, os neurobiólogos de hoje e os psicólogos sociais concordam que o cérebro pode mudar por uma nova entrada, desde que haja um estímulo para tal.

Embora Koutropoulos (2011) tenha algumas divergências com o Prensky (2001) quanto a metodologia de trabalho utilizadas por Prensky, ele concorda com a tese de que o cérebro nunca estagna, mas sempre está em mudança e aberto aos novos aprendizados. Raciocínio que se confirmaria na característica dos nativos digitais em serem proativos. Eles não esperariam as respostas, eles as buscariam. Também são multitarefas, ou seja, fazem mais de uma coisa ao mesmo tempo e usando diferentes sentidos (visão, audição, etc). Por exemplo, podem ler enquanto ouvem música e conversam por aplicativo de mensagens com seus amigos.

Finalmente, amarrando com multitarefa, e "Nintendo over Logic", temos uma representação de como nativos digitais aprendem. De acordo com Tapscott (1999) nativos digitais são não-sequencial com o seu uso da informação, indo e voltando entre os programas e fontes e seu estilo de aprendizagem é uma consequência destes hábitos arraigados de busca e recuperação de informação a partir da Internet. Isto marca um forte contraste

¹⁰ (...) have spent their entire lives surrounded by and using computers, videogames, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age” (PRENSKY, 2001, p.1).

com a geração anterior de estudantes, que tendem a adquirir mais informações passivamente de figuras de autoridade (Tapscott como citado em Barnes, Marateo & Ferris, 2007). Talvez uma das maiores reivindicações feitas é que existe esta geração (ou seja, os nativos digitais) em todo o mundo e em condições socio-econômicas, e não apenas em economias avançadas (Tapscott como citado em Jones & Healing, 2010) (Koutropoulos, 2011, p. 527).¹¹

Koutropoulos (2011) ainda diz que é importante saber que nem todos que nasceram depois da internet podem ser considerados nativos digitais. Ele aponta que alguns fatores podem influenciar a ‘naturalidade’ no uso de novas tecnologias entre os jovens. Fatores socioeconômicos bem como outros, como raça, gênero, localização demográfica (moradia) e formação educacional são alguns dos fatores que podem alterar o grau de familiaridade com a tecnologia entre jovens da mesma faixa etária. Em outras palavras e para ilustrar vamos pegar alguns fatores econômicos e demográficos. Aqueles com rendimentos mais elevados tendem a usar tecnologia e internet mais frequentemente do que aqueles de categorias de renda mais baixa. O mesmo, respectivamente, para quem mora na zona urbana e na zona rural.

A PBM – Pesquisa Brasileira de Mídia 2016¹² apresenta dados que possibilitam compreender melhor a influência de fatores socioeconômicos no uso das novas tecnologias a partir da realidade do Brasil. A pesquisa revelou dentre outros dados, um comparativo entre as gerações. Os índices mostram que 78% dos jovens com até 24 anos acessam a internet todos os dias. Já entre os que têm acima de 65 anos, esse percentual cai para 9%. A renda familiar também foi levada em consideração: entre os entrevistados com renda familiar mensal de até um salário mínimo – na época R\$ 880 –, a proporção dos que acessam a internet todos os dias é de 28%. Quando a renda familiar é superior a cinco salários mínimos – R\$ 4.400 ou mais, na época da pesquisa –, a proporção sobe para 77%. Por sua vez, o recorte por escolaridade mostra que 80% dos respondentes com ensino superior completo acessam a internet todos os

¹¹ Finally, tying in with multitasking, and “Nintendo over Logic”, we have a depiction of how digital natives learn. According to Tapscott (1999) digital natives are non-sequential with their use of information, going back and forth between programs and sources and their learning style is an outgrowth of these ingrained habits of seeking and retrieving information from the Internet. This marks a striking contrast to previous generation of students, who tend to acquire info more passively from authority figures (Tapscott as quoted in Barnes, Marateo & Ferris, 2007). Perhaps one of the bigger claims made is that this generation (i.e. digital natives) exists across the world and across socio-economic conditions, not just in advanced economies (Tapscott as cited in Jones & Healing, 2010) (Koutropoulos, 2011, p. 527).

¹² A pesquisa foi financiada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República e teve como população-alvo pessoas com 16 anos ou mais de idade residentes em todo o território nacional. Foram realizadas 15.050 entrevistas domiciliares face a face, no período de 23 de março de 2016 a 11 de abril de 2016, em 740 municípios das 27 Unidades da Federação. A margem de erro foi de 1 ponto percentual para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra, assumindo um nível de confiança de 95%.

dias, enquanto apenas 49% dos entrevistados que cursaram todo o Ensino Fundamental realizam o acesso com a mesma frequência.

Contudo, é inegável que a geração de nativos digitais rompeu com a forma de consumo de produtos, principalmente os midiáticos. Diferente das outras gerações, que observavam mais do que participavam, os nativos digitais não se acomodam em ser apenas passivos. Eles têm a cultura participativa, querem ter voz e serem ouvidos. Para isso, buscam meios para que suas reivindicações, desejos e necessidades cheguem aos produtores de conteúdo. E mais: caso não gostem do resultado, os próprios jovens produzem conteúdo e disseminam pela Rede.

Souza e Gobbi (2014) também realizaram pesquisa com jovens digitais. Eles concluíram dentre outros resultados que “o modelo (o modo de se fazer, formato) das matérias, vídeos e conteúdos produzidos é mais atrativo do que a existência de grandes jornalistas, críticos e produtores culturais” (SOUZA; GOBBI, 2014, p. 142). A pesquisa explica a inovação participativa dos jovens e o gostar de fazer parte do processo produtivo quando revela a preferência de consumo e produção: interatividade, links, humor, ler textos objetivos, interação com blogs, produção de vídeos no *YouTube*, compartilhamento de críticas políticas e culturais.

(...) cria uma relação de microcampos, em que o espaço da cultura é dividido em várias redes, e vivem em constante mutação do que anteriormente era chamado de “pretendentes” [nativos digitais] e “dominantes” [imigrantes digitais] (SOUZA; GOBBI, 2014, p. 142).

Tapscott (2010) traz o caso da eleição presidencial de Obama em 2008 como o exemplo da mobilização que esses jovens podem realizar para alcançar seus objetivos. A campanha eleitoral foi customizada para cada eleitor da geração internet [o termo equivale a nativos digitais] com o site, além da presença de Obama no *Facebook* e *Twitter*. Toda a campanha foi realizada a partir da colaboração dos jovens. Tapscott (2010) ressalta que os correligionários online foram estimulados a agir, a falar com amigos, a angariar fundos e organizar comícios. Não foram dirigidos por quem estava em cima (cargos e poder de decisão), como teria acontecido em campanha típica. Obama conseguiu arrecadar metade de seu gastos na campanha e o valor arrecadado ultrapassou o que foi levantado pelo seu concorrente. Outro destaque foi o vídeo “Sim, nós podemos!”, que viralizou em pouco tempo.

Meses depois do seu lançamento no *YouTube* alcançou a marca de 17 milhões de visualizações.

Telles (2009) alerta que nenhuma empresa pode se dar ao luxo de ficar de fora desse movimento. Até porque, segundo o autor, a geração digital não aceita tudo aquilo que vem em forma de tecnologia e inovação. Ele exemplifica o uso de pop-up¹³ pelas empresas. A prática foi repudiada pelos jovens consumidores por meio de bloqueadores de *pop-up* e filtros que encaminhavam para o lixo eletrônico.

Para Telles (2009), a geração digital se comporta a partir dos conceitos de mobilidade e interatividade¹⁴. O primeiro é compreendido por termos acesso à comunicação em qualquer lugar, a qualquer tempo. O segundo é a possibilidade de o usuário participar e agir sobre os conteúdos veiculados. Eles caminham unidos nesse novo momento. Dessa forma, a convergência fica imprescindível para o êxito comunicacional entre os jovens digitais. Até porque é ela quem possibilita os diferentes usos em um ou em poucos equipamentos. Telles (2009) ainda revela que os jovens dão credibilidade a conteúdo postado e/ou comentados por outros usuários da rede. Ele atribui credibilidade a esse comportamento da geração. Pois, para os jovens esses comentários e opiniões são isentas e objetivas, oriundas de pessoas comuns. O risco vem quando os jovens, por acreditarem em conteúdo da web, por vezes julgam um boato como verdade.

A geração digital talvez sinta menos necessidade de contato presencial com pessoas. Hoje, um indivíduo manda e-mail, SMS, publica vídeos no *YouTube* e redes sociais digitais, como *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, etc. Fora a prática de envio instantâneo de mensagens, fotos e até documentos por essas redes sociais digitais, que já até permitem vídeos ou vídeo chamadas em tempo real. Práticas assim só consolidam que para a geração digital, o conceito de espaço e tempo está alterado. “Ao viajar, não é mais necessário parar para pedir ajuda, usa-se o GPS. O contato 24 horas por dia através de redes sociais e do próprio celular tira a urgência da conversa, pode-se transmitir conteúdo na hora em que se quiser” (TELLES, 2009, p. 24).

¹³ “Pop-up é uma janela independente e flutuante, que se abre quando o internauta visualiza uma determinada página em um site e que se sobrepõe à tela do browser” (TELLES, 2009, p. 18).

¹⁴ “O computador em si é interativo, a mobilidade veio com o laptop. O celular é o símbolo da mobilidade. TVs portáteis, mp3 players, GPS e videogames são exemplos de equipamentos que surgem priorizando a mobilidade e a interatividade” (TELLES, 2009, p. 23).

Tapscott (2010) analisou o comportamento dos jovens digitais e a maneira em que se relacionam nos diversos ambientes do dia a dia. Para ele, essa geração é mais tolerante em relação à diversidade e é mais esperta e rápida do que as gerações anteriores. Também afirma que os jovens estão reformulando todos os espaços da vida moderna. Além da família, do local de trabalho ao mercado, da política à educação. Neste sentido e para explicar a sua ideia, o autor expõe algumas maneiras da revolução que os jovens estão causando.

- Como funcionários e gestores, os jovens da Geração Internet estão abordando o trabalho de forma colaborativa, derrubando a hierarquia rígida e obrigando as empresas a repensar seus métodos de recrutamento, remuneração, desenvolvimento e supervisão de talentos. Acredito que a própria ideia de gestão está mudando, e o êxodo das grandes corporações para empresas novatas está apenas começando.
- Como consumidores, eles querem ser “*prosumers*” — coinovando produtos e serviços com os seus fabricantes. O conceito de marca está mudando para sempre por causa deles.
- Na educação, eles estão forçando uma mudança no modelo de pedagogia, que passa de uma abordagem focada no professor para um modelo focado no estudante e baseado na colaboração.
- No âmbito da família, eles já mudaram o relacionamento entre pais e filhos, pois são especialistas em algo realmente importante: a internet.
- Como cidadãos, a Geração Internet está começando a transformar a concepção e a prestação dos serviços governamentais, bem como a maneira como entendemos e decidimos quais deveriam ser os princípios básicos da cidadania e da democracia. Para o número cada vez maior de pessoas que estão tentando realizar mudanças sociais, há um mar de mudanças acontecendo, que vão desde as atividades cívicas até o engajamento político. A Geração Internet, mais do que qualquer outra geração anterior, está dando vida à ação política.
- E, na sociedade como um todo, respaldados pelo alcance global da internet, sua atividade cívica está se tornando um novo e mais poderoso tipo de ativismo social (TAPSCOTT, 2010, p. 20-21).

Um dos pontos que Tapscott (2010) coloca como passando por uma mudança é a relação familiar. Até porque são gerações diferentes, com ideias e comportamentos diferentes, seja quando comparam suas realidades quando na mesma faixa etária ou atualmente com as idades bem distintas. Sendo assim, é importante abordar a importância dos jovens na condução dos seus pais para o uso das novas tecnologias. Por isso, rapidamente faremos um comparativo entre a geração internet e a geração *baby boomers*. Essa última tinha como tecnologia a TV. Não é à toa que muitos a chamam de geração TV. Quem nasceu nessa época, hoje, são os pais daqueles que compõem a geração internet, como já mencionado. Então, para eles a internet é algo complexo de se entender e até os diferentes dispositivos por ela proporcionados.

Não podemos dizer que a geração anterior é incapaz de aprender. Apenas ressaltamos que, assim como a TV, controles remotos e eletrônicos da época não tinham mistério e eram algo natural para eles, os diferentes dispositivos móveis existentes (5 telas: cinema, TV, computador, celular e *tablet*) são tão naturais quanto para a geração internet. A nova geração não vê TV propriamente dita como a anterior. Em vez de se reunir na sala como seus pais faziam, assistem tudo em seus celulares ou *tablets*. Simultaneamente interagem com várias janelas diferentes: conversam ao telefone, ouvem música, fazem o dever de casa, leem algo e assistem vídeos na internet ou na televisão. Para Tapscott (2010), a TV se tornou uma espécie de música de fundo para eles.

Tirar esses dispositivos dos jovens seria o mesmo que tirar a TV dos mais velhos. A mudança em si para as novas tecnologias também tem outra velocidade. O tipo de tecnologia em apenas uma década pode dar uma guinada significativa, que exija uma nova interpretação e forma de consumo bem diferente da anterior. Nisso, os jovens da geração internet se adaptam muito bem e muito mais rápido que a geração anterior. Até porque essa mudança e inovação partem deles. Eles participam do processo criativo, não são jovens que apenas recebem o produto. Eles dizem como querem. Tapscott (2010) traz um exemplo de vivência sobre o ambiente em que escreveu o seu primeiro livro, no final da década de 90, e o atual quando fez sua pesquisa em âmbito mundial, que gerou o segundo livro:

A velocidade era baixa, o acesso era geralmente discado e baseava-se numa linguagem de programação chamada HTML — uma plataforma para apresentação de conteúdo. É por isso que todos falavam de sites com muita audiência, aderência, cliques e páginas vistas. A internet significava ver conteúdo. Você podia visitar um site e observar a sua informação, mas não podia modificá-la nem interagir com ela ou com as outras pessoas.

A internet atual se baseia em algo chamado XML. Mais do que um padrão de linguagem para apresentar conteúdo, trata-se de um padrão de programabilidade — chame-a de “internet programável”. E, toda vez que a usa, você a modifica, como se estivesse programando um computador global. O Facebook é simplesmente uma de milhares de aplicações baseadas em XML que permitem a colaboração das pessoas. A velha rede era algo em que você navegava em busca de conteúdo. A nova rede é um meio de comunicação que permite que as pessoas criem seu próprio conteúdo, colaborem entre si e construam comunidades. Tornou-se uma ferramenta de auto-organização (TAPSCOTT, 2010, p. 29).

Seguindo o pensamento de Tapscott (2010) é possível dizer que as pessoas, empresas e nações que estão alcançando o sucesso ou pretendem alcançá-lo devem dar ouvidos a essa nova geração. É ela que dita a necessidade do mundo. Com as opiniões dos jovens podemos

aprender mais sobre o uso de novas ferramentas, novos métodos de trabalho, de colaboração, além de ampliar os horizontes do domínio tecnológico. O autor acredita que, ouvindo-os, podemos vislumbrar e pôr em prática os novos modelos institucionais necessários ao século XXI.

Os jovens se tornaram autoridades no assunto tecnologia. A realidade da geração anterior que dizia que jovem não tem opinião formada, que não tem maturidade suficiente para opinar sobre assuntos ‘complexos’ caiu por terra. Agora são os mais velhos que solicitam o auxílio dos mais jovens para realizar tarefas à primeira vista bem simples aos olhos dos nativos digitais. Essa mudança fica mais evidente na relação familiar, quando os pais pedem aos filhos ajuda para manusear o celular ou outro dispositivo, por exemplo. “Ao entrarem na faculdade e no mercado de trabalho, os jovens dessa geração estão começando a usar ferramentas digitais notáveis que dão aos indivíduos o poder que, no passado, estava reservado às autoridades” (TAPSCOTT, 2010, p. 52).

O IBOPE Media (2015) ilustra bem o apoderamento das ferramentas digitais, ao divulgar a pesquisa “O conteúdo líquido e suas várias formas” de acordo com os dados do *Target Group Index*. A pesquisa aponta, entre outros dados, a relação entre os jovens com idade entre 18 e 24 anos, a posse de *smartphone* e o consumo de conteúdo através do aparelho. Os resultados revelam que de 2009 a 2014 a posse de *smartphone* aumentou em cinco vezes e que 50% dos internautas que leem notícias no impresso também acompanham notícias pela internet. A pesquisa também ressalta que os entrevistados gastam em média 4h16 usando a internet no celular.

Outros dados que se destacam quanto ao tema são revelados no trabalho de campo da PBM – Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Segundo a PBM, entre os pesquisados, a exposição a internet é intensa e com um padrão semelhante: 51% das mulheres e 48% dos homens acessam a internet todos os dias, sendo que o tempo de uso na semana para os entrevistados foi de mais de 5h de 2ª a 6ª-feiras e o mesmo se repetiu para os finais de semana. Os dados sobre o que se busca acessar na internet não estão presentes na PBM 2016, mas a edição de 2015¹⁵ trouxe os dados, que revelaram que os entrevistados estão em busca,

¹⁵ A pesquisa ocorreu entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014, por meio de entrevistas domiciliares pessoais face a face, quando 300 entrevistadores aplicaram 85 perguntas a 18.312 pessoas maiores de 16 anos, em 848 municípios. Como principal característica, manteve-se a representatividade nacional da pesquisa de 2014, com uma amostra que retrata adequadamente cada um dos 26 estados e o Distrito Federal. O banco de dados que

principalmente, de informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações de um modo geral. Mas a pesquisa de 2015 também apontou que buscam diversão e entretenimento, alguma forma de passar o tempo livre, estudo e aprendizagem.

O mesmo ocorreu para os dados sobre a preferência das redes sociais. Os dados da PBM 2015 informam que entre as redes sociais digitais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas estão o *Facebook* (83%), o *WhatsApp* (58%), o *YouTube* (17%), o *Instagram* (12%) e o *Google+* (8%). O *Twitter*, popular entre as elites políticas e formadores de opinião foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados.

Em relação aos principais suportes de acesso à internet a PBM 2016 mostrou que o primeiro lugar ficou com o telefone celular (91%) e em segundo lugar está o computador com 65%, a pesquisa informa que o entrevistado poderia optar por mais de uma resposta, o que possibilita um entrevistado ter escolhido telefone celular e computador. Há ainda uma pequena parcela (12%) dos pesquisados que utiliza *tablets* para navegar pelo mundo digital. A PBM 2016 ainda apresenta as formas de uso concomitante da internet com outras atividades. Entre os usuários, as principais respostas foram: comer alguma coisa (21%), conversar com outras pessoas (20%), usar o celular (15%), assistir à televisão (19%) e trocar mensagens instantâneas (18%). Mas os dados mostraram que a internet também possui um ótimo índice de atenção exclusiva: 36% relataram não realizar nenhuma outra atividade enquanto a utilizam.

Já o Comitê Gestor da Internet no Brasil – Cetic.br¹⁶ divulgou a pesquisa “TIC domicílios 2015” (2016), que tem como objetivo principal medir a posse e o uso das tecnologias de informação e de comunicação entre a população residente no Brasil com idade de 10 anos ou mais. Segundo a pesquisa, o panorama brasileiro quanto a exclusão digital permanece presente nas classes economicamente menos favorecidas por diversos motivos, como custo do acesso e falta de cobertura e de habilidades. Os resultados da TIC Domicílios 2015 apresentam que os usuários da rede – que correspondem a 58% da população com 10 anos ou mais –, 89% acessaram a internet pelo telefone celular, enquanto 65% o fizeram por

resultou do trabalho tem cerca de 2 milhões de células. Apenas um extrato dessas informações compõe a presente publicação, que, naturalmente, não esgota os cruzamentos e as análises possíveis.

¹⁶ A coleta de dados da pesquisa TIC Domicílios 2015 ocorreu entre novembro de 2015 e junho de 2016, em todo o território nacional. Ao todo, foram selecionados 2.214 setores censitários em todo o território nacional, com a previsão de coleta de 15 domicílios em cada setor censitário selecionado, o que corresponde a uma amostra de 33.210 domicílios.

meio de um computador de mesa, portátil ou *tablet*. A Cetic aponta na TIC Domicílios anterior, eram 80% pelo computador e 76% pelo telefone celular. O que demonstra a preferência pelo celular.

Ainda comparando a pesquisa de 2015 com a edição anterior podemos comprovar outro crescimento quanto ao acesso à internet apenas com o uso do celular. Na edição anterior eram 19% de usuários com esse hábito, já em 2015 o número passou para 35% dos usuários de internet. A pesquisa dá indícios que o aumento significativo se deve especialmente aos usuários de classes sociais menos favorecidas e aqueles da área rural, já que entre os indivíduos da classe D e E, 65% utilizam internet apenas pelo telefone celular, enquanto que nas áreas rurais esse dado chega a 56%.

Dessa forma, o jovem brasileiro está conectado à rede, pois as pesquisas apresentam índices significativos de acesso à internet pelo jovem brasileiro, apesar de haver um contingente ainda sem condições de acesso. Ao mesmo tempo em que revela a preferência pelo aparelho celular como instrumento de convergência para realizar suas atividades. Jovem esse que é multitarefa e como indicado nas pesquisas realiza concomitantemente mais de uma ação ao mesmo tempo.

1.2.3 O *smartphone* como dispositivo móvel

A palavra-chave da juventude conectada 24 horas é convergência, e o maior exemplo dessa prática é o aparelho celular. Comparado a um canivete suíço por suas variadas funções, o celular com acesso à internet revolucionou o modo de vida das pessoas, principalmente a dos jovens. O celular deixou de ser um acessório de luxo para se tornar um elemento identitário indispensável ao indivíduo contemporâneo. Fidalgo e Canavilhas (2009) definem a funcionalidade do celular como algo mais além da sua função básica e primordial que é a ligação telefônica. Para eles, o celular, inicialmente um dispositivo de comunicação individual, passa também a ser um meio de comunicação de massas, com acesso à imprensa, ao rádio e à televisão.

Não se pode falar em jovens e seus modos de convivência e comunicação na atualidade sem considerar as novas tecnologias de informação e comunicação digital. Entre elas, está o uso do dispositivo móvel chamado “telefone celular inteligente”, ou *smartphone*. Basicamente, um *smartphone* é um telefone celular que possui funcionalidades muito superiores às funcionalidades comuns dos outros aparelhos. Ao invés de apenas armazenar informações de telefones, efetuar e receber ligações e os mesmos processos com as mensagens de texto, os ‘celulares inteligentes’ realizam várias tarefas mais avançadas. Já que possuem sistema operacional avançado, que permitem a instalação e execução de softwares adicionais, customização de funções e aplicativos. Os *smartphones* possuem processadores similares aos utilizados em computadores, permitindo até mesmo a utilização de vários aplicativos ao mesmo tempo em alguns dos modelos.

A queda no valor de venda dos aparelhos ajudou a popularização do dispositivo móvel – no Brasil já existe mais de um celular por habitante¹⁷. Entretanto, apesar da facilidade financeira para a aquisição do aparelho, existe o fator da adaptação ao novo e as novas tecnologias. Até hoje algumas pessoas enfrentam dificuldades para manuseá-lo e deixá-lo ativo: custo (aparelho e taxas), designer do aparelho (manuseio de teclas pequenas ou *touchscreen*), sinal por área (urbano e rural).

Em pesquisa divulgada em julho desse ano, a Anatel revelou que o Brasil registrou em maio de 2017, 242,3 milhões de linhas ativas na telefonia móvel e teledensidade de 117,47 acessos por 100 habitantes. Apesar do elevado número, os dados apontam uma queda de 0,09% nas linhas ativas, em comparação a abril do mesmo ano e uma queda de 5,14% em relação a maio de 2016.

O número decrescente de linhas telefônicas e de aparelhos móveis retrata a atual conjectura econômica no Brasil. Apesar do valor acessível dos dispositivos móveis, como dito anteriormente, mantê-los em atividade se tornou dispendioso. Contudo, há aqueles que percebem na aquisição do aparelho uma fonte de satisfação pessoal.

Segundo Castells (2007), as crianças veem o celular como uma diversão para jogos. Os pré-adolescentes utilizam para conversar com os amigos (também por mensagem de texto). Os adolescentes utilizam pela praticidade oferecida pelo aparelho, além de mandar

¹⁷ A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) divulgou a pesquisa com o dado: 2 celular/hab, em 1º de outubro de 2013. Isso foi um marco para entender a relação entre dispositivo móvel e sociedade, até porque a proporção divulgada persiste na atualidade.

fotos, mas também por estética e para personificar o aparelho (o mais moderno e mais bonito). Os adultos gostam da ferramenta prática e se comunicam não só pelo celular, mas também por email, pessoalmente, por telefone fixo e mensagens instantâneas.

Podemos ver muitas semelhanças entre as culturas juvenis de diferentes países em matéria de consumo, tendências de moda, identidade cultural, a formação de grupos de pares, relação com as instituições sociais existentes (por exemplo, familiares e escolares), e a tendência para uma rede social mais "flexível" no espaço e no tempo (ou "amolecimento de tempo") (CASTELLS, 2007, p. 227)¹⁸.

Castells (2007) faz um apanhado da influência dos telefones móveis na vida dos jovens de diferentes continentes. Apesar de o texto ter 10 anos, o que o autor encontrou ainda é válido na atualidade. Como a questão da constante conectividade em rede, o que amplia os contatos e informações que chegam até os jovens. Mudanças no consumo, formas de entretenimento e relação familiar também são citadas. Para Castells (2007), nenhuma dessas facetas é atingida negativamente, pelo contrário, ele acredita que por estar conectado e saber a necessidade do outro, a ligação e as semelhanças entre os indivíduos ganhem força. O autor ainda aponta a construção da identidade individual dos jovens, a partir da nova cultura com o dispositivo móvel integrado, que gera uma identidade coletiva. Ou seja, o indivíduo quando junto com outros fica mais visível para conquistar seus objetivos, além de ganhar voz no meio de outras culturas coletivas para ser enfático quando se expressa sobre o que quer, quando e como quer.

As empresas de olho nesse nicho de mercado consumidor utilizam estratégias criativas para atrair cada vez mais clientes. Como por exemplo, opções criativas para conversar sem custo. A operadora Vivo desde o início dos anos 2000 oferece o envio gratuito de mensagens por meio do seu site. Na mesma época, a operadora Oi permitiu falar de graça por 5 segundos sem cobrar qualquer taxa de seus clientes. A operadora Claro permitiu ligação gratuita para a mesma operadora, desde que o cliente realizasse recarga de créditos, em um valor X, no celular – prática ainda existente e também possível com outras operadoras. Hoje, existe o *WhatsApp* (aplicativo para troca instantânea de mensagens de texto, imagens, áudios, vídeos e

¹⁸ Todas as citações em língua estrangeira foram traduzidas pela autora dessa dissertação. No original: “Podemos observar muchas similitudes entre las culturas juveniles de diferentes países en lo que se refiere a consumismo, tendencias de moda, identidad cultural, formación de grupos de iguales, relación con las instituciones sociales existentes (por ejemplo, la familia y La escuela), y la tendencia hacia una red social más «flexible» en el espacio y en el tiempo (o «softening of time»)” (CASTELLS, 2007, p. 227).

arquivos) e pacotes que contemplam seus usuários com internet, SMS e ligações para a mesma operadora (sem custo ou com cobrança de taxas reduzidas).

O telefone móvel também permitiu aos jovens uma liberdade sobre o controle dos pais. Já que não é mais tão necessário dividirem em um mesmo ambiente para saber se o filho está bem, o que ele está fazendo ou onde se localiza. Essa liberdade proporcionada pelo celular aproximou ou afastou os jovens da família? Depende do uso que se faz. Por exemplo, pelo aparelho é possível enviar a localização exata de onde se encontra. Da mesma forma que se pode rastrear o aparelho celular e descobrir a localização do mesmo. Ou ainda a possibilidade de aplicativos que rastreiam quem tem o mesmo modelo de aparelho celular, como o *iPhone*. Então, a proximidade física pode ter sido diminuída, mas a vigilância não. A preocupação dos familiares com os mais jovens se mantém e esses sabem disso, tanto que instalam em seus aparelhos aplicativos para tudo: mapa de violência por bairro, melhores lugares para diversão, etc. Tudo isso teoricamente compartilhado com seus responsáveis, já que cada família forma seu jovem de acordo com suas crenças e ideais.

Usabilidade das ferramentas digitais

A usabilidade no meio digital consiste em ser fácil, poupar tempo, ser flexível e gerar satisfação, além de ser um termômetro para medir a qualidade dos produtos, como quando citamos a questão da interação ou a busca por melhorias criativas para o aproveitamento dos produtos que utilizam a tecnologia *touchscreen*. Até porque é a partir do retorno das experiências dos usuários com os produtos que se pode chegar a conclusão de que direção tomar.

Usabilidade mais encontrada na pesquisa bibliográfica realizada foi a da norma NBR ISO 9241. De acordo com Dias (2003, p. 42), a NBR ISO 9241-11/1998 define Usabilidade como “a capacidade de um produto ser usado por usuários específicos para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso”.

Usuário: pessoa que interage com o produto; Contexto de uso: conjunto de elementos em que se consideram os usuários, as tarefas executadas, os equipamentos utilizados (hardware, software e materiais) e ambiente físico e social em que o produto é usado; Eficácia: precisão e completeza com que os usuários atingem objetivos específicos, durante um período determinado, acessando a informação correta ou gerando os resultados esperados; Eficiência: precisão e completeza com que os usuários atingem seus

objetivos, no que tange à quantidade de recursos gastos para a execução da tarefa; Satisfação: conforto e aceitabilidade do produto, medidos por meios subjetivos e/ou objetivos (ANGELUCI, 2013, p. 33 *apud* OLIVEIRA, 2016, p. 55).

O que se destaca é a usabilidade está interligada à gratificação que os usuários sentem ao utilizarem os recursos digitais. O uso de produtos para dispositivos móveis, por exemplo, poderia levar o receptor a perder o foco ou até mesmo o sentido inicial do uso, em decorrência de tantos hiperlinks gerados de janelas com novos conteúdos dentro do meio digital.

Oliveira (2016) cita Hassenzahl e Tractinsky para auxiliar na definição de Experiência do Usuário. Os autores esclarecem que a experiência é resultado de uma tríade: “fatores internos do usuário (expectativas, necessidades, motivações, etc.), características do sistema (complexidade, finalidade, Usabilidade, funcionalidades, etc.) e contexto onde a interação acontece (ambiente organizacional, ambiente social, etc.)” (OLIVEIRA, 2016, p. 63). Em outro texto Hassenzahl (2013, n.p) *apud* Oliveira (2016), afirma que experiência “não é sobre um bom *design*, multitoque ou interfaces fantasiosas; trata-se de transcender o aspecto material, é sobre a criação de uma experiência através de um dispositivo” (OLIVEIRA, 2016, p. 64).

A tecnologia de *touchscreen*¹⁹ (telas sensíveis ao toque), amplamente difundida com os *tablets* e com notória força com os *smartphones*, facilita o uso de produtos pensados para dispositivos móveis. Utilizar diferentes plataformas por meio do tato abre caminho para uma possível interação com o que se consome, desde que, como já dito anteriormente, esse produto seja pensado para interagir com seu público. Até porque gestos táteis não são interativos, são apenas estímulos mecânicos que o *software* recebe, por meio do *hardware*. Pois por mais que as reações do receptor sejam individuais (diferentes em cada um), a resposta ao estímulo não irá mudar.

¹⁹ “A tecnologia de *touchscreen* tornou-se conhecida do público a partir de 1971, com a criação da empresa Elographics, fundada por San Hurst, responsável por desenvolver em escala industrial telas tácteis principalmente para caixas eletrônicos de bancos. Outro marco na história dessa tecnologia foi o lançamento do computador pessoal HP-150, em 1983, pela Hewlett-Packard. A tela permitia mover o ponteiro na interface, porém ainda não possibilitava realizar desenhos (CAPRANI; O’CONNOR & GURRIN, 2012, p. 95)” (PALACIOS; CUNHA, 2012, p. 671-672).

Para Palacios e Cunha (2012), gestos táteis são definidos pelo termo *tactilidade*²⁰. Os autores acreditam que a usabilidade está ligada às melhorias criativas para o aproveitamento dos produtos que utilizam a tecnologia, ou seja, potencializar as funções oferecidas pelos *softwares*. Como exemplo a questão da interação, “pesquisadores concentram-se em outras modalidades de interação como quantidade de pressão, *free-hand interaction* (sem tocar as mãos na tela) e no desenvolvimento de dispositivos capazes de capturar sinais cognitivos e emocionais (KRATZ et al., 2011, p. 757)” (PALACIOS; CUNHA, 2012, p.672).

Outro recurso da *tactibilidade* é a vibração. As empresas jornalísticas utilizam esse recurso associado a opção de ‘notificações’. Quando o usuário ativa essa opção, surge na tela do dispositivo móvel – mesmo que esteja bloqueada – uma notificação sobre os novos produtos inseridos na plataforma utilizada pelo usuário. No caso do jornalismo, sempre que uma notícia é divulgada ou atualizada, o alerta da notificação surge no visor do celular, por exemplo, ao mesmo tempo em que ele vibra. Quando esse está no modo silencioso somente vibra, mas quando está com o som ativo, um sinal sonoro também é emitido.

Os gestos táteis ou *tactibilidade* também estão presentes quando se faz a leitura de notícias pelos aparelhos com tecnologia *touchscreen*. Palacios e Cunha (2012) elencaram alguns desses movimentos, dentre os quais estão: rolar, movimento de pinça ou toque duplo, toque (simples), vibrar e girar. Vejamo-los em exemplos de leitura jornalística.

Rola-se a tela em movimento *scroll* em um site de notícias para subir mais conteúdo, que está abaixo do que já foi lido ou trocar a página de uma revista. Para que isso ocorra, o gesto a ser feito consiste em o dedo sobre a tela realizar movimentos leves de baixo para cima ou de um lado para o outro, respectivamente para os exemplos. O movimento de pinça, ou toque duplo, serve para dar zoom a algo que se queira visualizar em detalhes, como uma imagem. Consiste respectivamente, no dedo indicador e polegar fazer movimento de pinça sobre a tela e o dedo tocar duas vezes rapidamente a tela.

Já o toque (simples) é o gesto mais conhecido e serve para ativar um botão ou iniciar a reprodução de produto audiovisual ou *software*. O movimento é semelhante ao do toque duplo, porém o dedo só toca a tela uma única vez. Já o gesto vibrar serve como esclarecido anteriormente para notificar sobre novas notícias e o gesto girar serve para mudar o que está

²⁰ “Vários termos são utilizados para descrever aquilo que pode ser sentido por meio do tato, como *tateabilidade*, *tatibilidade* e *tatilidade*. Optamos pela utilização da palavra *tactilidade*, por se aproximar do termo inglês *tactility* e do latim *tactilis*, que descrevem algo tangível, sentido pelo toque” (PALACIOS; CUNHA, 2012, p. 669).

sendo visualizado do formato paisagem para retrato. Esse movimento consiste em mover o aparelho para a vertical ou para horizontal.

1.3 O leitor e a leitura no ambiente digital

A leitura tradicional pode ser entendida pela perspectiva do conjunto de práticas e condições individuais e sociais: textos e contextos por vezes em papel, ordem e desordem das interpretações (leitores e autores), origens e significados das palavras. Quando é transposta para o meio digital, o hábito de ler sofre algumas alterações e segue outros padrões, como a sua divulgação, antes realizada em papel e agora na internet.

Assim como a televisão, em seus primórdios, assumiu o modo de fazer do rádio e do teatro, o meio digital recebeu do impresso a forma de apresentação do conteúdo e a organização das páginas. No livro, o corpo textual apresenta divisões, referências, índices, títulos, notas; na revista e no jornal, editoriais e colunas, manchetes, títulos e chamadas, fotografias, ilustrações e legendas – um pacto e um conjunto de convenções a que o leitor foi se acostumando desde o aparecimento dos primeiros livros de notícias, no século XV, formando uma tradição de leitura.

Santaella (2004) dedicou-se a entender durante estudo classificatório e comparativo, três tipos principais de leitores: o leitor contemplativo, o leitor movente e o leitor imersivo. Segundo a autora, o primeiro é aquele da era do livro impresso e da imagem expositiva, fixa. O qual tem diante de si objetos e signos duráveis, imóveis, localizáveis, manuseáveis, como mapas e livros.

Ainda segundo ela, o segundo tipo é o leitor do mundo em movimento. Ele está em meio a explosão do jornal, da fotografia reprodutiva e do cinema, além de acompanhar a chegada da revolução eletrônica, quando surge a televisão. Assim, ele se torna um leitor com percepção inebriada por distrações fugazes e sensações instáveis, de intensidades desiguais, que são reflexos da contribuição significativa da publicidade. O terceiro leitor é aquele que navega entre nós e conexões alineares pelas arquiteturas líquidas dos espaços virtuais. “Tendo na multimídia seu suporte e na hipermídia sua linguagem, esses signos de todos os signos estão disponíveis ao mais leve dos toques, no clique de um mouse” (SANTAELLA, 2004, p. 32).

Salaverría (2005) usa o termo “iceberg invertido”, esse que pode ser pensado como a ambientação para os leitores definidos por Santaella (2004). O conceito do termo usado por Salaverría trata em possibilitar o leitor a ter a maioria das informações logo no início da notícia, mas que ele tem a livre escolha de ‘submergir’ ou não para obter mais informações sobre o fato.

Como essa dissertação se atém ao uso de dispositivos móveis por jovens – que navegam entre nós e conexões alineares – iremos considerar apenas o terceiro leitor: o leitor imersivo. Por isso, antes de iniciar, de fato, a relação atual entre jovens e jornalismo, outra diferenciação complementar também conceituada por Santaella (2004) faz-se necessária. Ou seja, definir os níveis de usuários que esse leitor imersivo pode atingir. São eles: usuário novato, usuário leigo e usuário experto.

Entendemos que o usuário novato é aquele que não tem nenhuma intimidade com a rede, para o qual tudo é novidade. O leigo é aquele que já sabe entrar na rede, já memorizou algumas rotas específicas, mas não adquiriu ainda a familiaridade e competência de um experto, que conhece os segredos de cada mínimo sinal que aparece na tela (SANTAELLA, 2004, p. 59).

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – PBM 2015 – ajuda a complementar as razões para a distinção que Santaella (2004) faz dos níveis do usuário. Alguns dados da pesquisa auxiliam o entendimento dos principais gargalos para o uso da internet. Além da falta de interesse (43%), a falta de habilidade com o computador (41%) – que afeta as pessoas mais velhas e menos escolarizadas –, a falta de necessidade (24%) e os custos que envolvem o uso das novas mídias (14%) – que impacta os mais pobres – estão entre as principais razões pelas quais os brasileiros não utilizam as novas mídias.

Os estilos de navegação também são divididos em três por Santaella (2004): errante, detetive e previdente. O errante navega de forma aleatória sem um propósito a ser alcançado e sem medo de errar o percurso que faz. Já o detetive usa a tática da tentativa e erro e vai corrigindo o seu ato a cada erro. Por fim o previdente, que por já ter uma familiaridade maior comparado aos outros dois estilos, navega nos ambientes seguindo a lógica e a previsibilidade.

Sem dúvida, a grande marca do atual leitor, inserido no ambiente virtual, é a interatividade. “Mesmo que as interfaces mudem, o leitor imersivo continuará existindo, pois

navegar significa movimentar-se física e mentalmente em uma miríade de signos, em ambientes informacionais e simulados” (SANTAELLA, 2004, p. 184).

Os jovens também filtram o conteúdo que querem ter acesso. É como se informações que não sejam de seu interesse o fizessem perder tempo em um mundo que a instantaneidade é lei. Pra que ver isso se não é do meu interesse? A resposta para essa questão foi personalizar e filtrar sobre o que querem se informar. Tapscott (2010) relata que durante observação da rotina de Rahaf, uma jovem de 24 anos, percebeu que ela não lia jornais e então a inquirei sobre o fato. ““Por que eu leria?”, recrutou ela. Eles são publicados uma vez por dia, não tem links e não são multimídias. Além disso, quem precisa ficar com os dedos sujos de preto?”” (TAPSCOTT, 2010, p. 59).

Rahaf criou seu próprio jornal digital, que contem ferramentas sofisticadas e personalizadas que coletam informações. Elas proporcionam a Rahaf um acesso em tempo real e sob demanda a dezenas de fontes de informações. “As notícias não são mais uma viagem com uma só parada”, disse-me mais tarde. “Acho que a natureza mutável da reportagem e a atualização constante da internet possibilitam o exame de uma ampla gama de opiniões e perspectivas. Eu me baseio nesses diferentes artigos para triangular as questões que me interessam e chegar ao cerne das coisas” (TAPSCOTT, 2010, p. 59-60).

Outro jovem entrevistado por Tapscott (2010), Matt Cenicerros, 26 anos, disse que para saber as notícias da manhã verifica o agregador NewsGator RSS e depois olha os blogs no Bloglines, a ferramenta de pesquisa de blogs do Google, e no Technorati. “(...) à medida que mais sites são otimizados para usuários de telefones celulares e que as redes sem fio vão melhorando, o uso do meu *BlackBerry* como navegador da internet se torna cada vez mais fácil” (TAPSCOTT, 2010, p. 55).

A nova geração de jovens está revolucionando a própria internet. Eles criam conteúdo e modificam o de outras pessoas, seja no próprio texto ou com dicas e inserções de comentários. A discussão no meio virtual acerca de um assunto toma proporções que antes não se imaginava. Os jovens se unem em prol de causas, criticam, modificam paradigmas e revolucionam o fazer. Os produtos culturais são exemplos disso. Estão cada vez mais democráticos.

Segundo Lee (*apud* Costa, 2014), nos últimos cinco anos, essa agregação de conteúdo foi ‘democratizada pelas redes sociais. Segundo ele, “um número cada vez maior de jovens leitores deixou de procurar notícias de uma vez por todas. Em vez disso, leem as notícias que

são recomendadas por amigos no Facebook ou no Twitter” (COSTA, 2014, p. 89). Contudo, o autor não percebe o fenômeno negativamente. Para ele, as redes sociais são excelentes filtros de notícias, pois provavelmente o que os amigos virtuais estão compartilhando, comentando ou curtindo é o que interessa para aquele usuário, por julgar similitudes de preferências.

Costa (2014) ressalta a importância de as empresas jornalísticas estarem atentas a essa mudança de local para a leitura de notícias. Pois o jornalismo digital exige conteúdo multimídia capazes de rodar em plataformas diversas – web, tablets, celulares e múltiplas mídias sociais. Além de permitir a transmissão em tempo real, que necessita de bom aparato tecnológico não só para a transmissão, mas também para a qualidade do produto transmitido. “Redações capazes de dar conta desse recado terão maior facilidade de sobrevivência na selva digital do que as redações obcecadas com o formato texto e foto ou vídeo e sonoras editados na sua forma tradicional” (COSTA, 2014, p.91).

1.4 O jornalismo digital e os jovens como leitores

Tanto a interação entre jovem e jornalismo quanto a produção de conteúdo jornalístico modificaram absurdamente. Um necessitando mais do outro para ocorrer e sempre se inovar, mas sempre na relação de dependência para sobreviver. As novas formas de percepção e cognição que os atuais suportes eletrônicos, estruturas híbridas e alineares de texto estão fazendo emergir novas formas de leitura.

A pesquisa ‘O consumidor de mídia brasileiro’ realizada por *Target Group Index* e divulgada no Brasil, pelo Kantar Ibope Media (2016), teve por público-alvo leitores com faixa etária entre 12 e 75 anos. Seus resultados retratam bem a leitura em ambientes não digitais, o que nos faz entender a inovação quanto a forma de leitura no ambiente digital. A pesquisa apontou que no Brasil as mulheres são maioria entre os leitores de revista, enquanto os homens são maioria no consumo de jornal. Entre os respondentes, 40% concordam com a frase: “Eu confio nos jornais para me manter informado”. Já em relação a forma que é realizada a leitura do jornal os dados são os seguintes: 82% leem notícias locais; 72% a primeira página; 70% as notícias nacionais; 47% as notícias internacionais; e 46% as de esportes. Em relação à leitura de revista temos: 53% acontecimentos do Brasil; 44% acontecimentos internacionais; 40% saúde/qualidade de vida; 34% celebridades; 29% política.

Esse apanhado de mudanças tecnológicas e de acesso ao conteúdo noticioso produzido pelo jornalismo ocasionou também alterações na forma de leitura do conteúdo, visto que no formato digital, jornalistas e editores precisam produzir mediante as condições de leitura possibilitadas pela ferramenta de acesso para tal: e hoje está vai do jornal impresso, passando pelos computadores estáticos, até os dispositivos móveis. Assim, não se pode falar no mesmo tipo de formatação da escrita, da disposição do conteúdo dentro do corpo do texto nem do *layout* da publicação, visto que as alterações na forma de leitura são patentes.

Segundo Canavilhas (2013), é preciso compreender a existência de diferentes esquematizações para a estrutura noticiosa, pois, enquanto no jornal impresso o *lead* é o elemento fundamental para iniciar o leitor no conteúdo da notícia, visto que este deve ser capaz de introduzir e sintetizar aquilo que está por vir durante a leitura, no jornalismo para a internet há o predomínio dos *links* através dos quais o hipertexto permite ao leitor transitar por diferentes caminhos de leitura.

No âmbito dos dispositivos móveis, o processo de leitura acontece através do que Canavilhas (2007 *apud* Canavilhas, 2013) chama de ‘pirâmide deitada’ onde é oferecida ao leitor a possibilidade de seguir somente um dos eixos centrais do conteúdo. Assim, o autor acrescenta que neste modelo a elevada quantidade e variedade de conteúdos disponibilizados fazem com que o leitor opte por informações rápidas, ou seja, aquelas onde o primeiro momento da leitura não exige maior atenção para a assimilação das informações superficiais necessárias tão somente para o reconhecimento do assunto abordado. Seria este “um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (CANAVILHAS, 2007, p. 36 *apud* CANAVILHAS, 2013, p. 107).

Notícias no celular são consumidas de forma diferente e não apenas em relação ao seu formato, tamanho da fonte e das imagens, mas por conteúdos específicos e originais, pois cada plataforma digital tem suas especificidades. De acordo com Costa (2014), um estudo da consultoria eMarketer revelou diferenças entre *tablets* e *smartphones* na área do comércio online. A partir dos dados colhidos foi possível observar que os *tablets*, por ter telas maiores que sete polegadas, convidam aos usuários a realizar compras online ou consumir produtos midiáticos, como notícia, série de TV ou game. A pesquisa também revelou que os usuários do dispositivo *tablet* costumam pesquisar mais antes de comprar, diferentemente dos usuários de *smartphone*. Dessa forma, a adaptação de conteúdo jornalístico para as plataformas também é um desafio.

os editores de notícias estão me dizendo que eles estão vendo um salto de 10% a 20% no consumo de notícias inspirado pelo uso do celular.”

No Brasil, um estudo do IVC, o Instituto Verificador de Circulação, apurou que o consumo de páginas informativas em celulares foi de 0,8% em janeiro de 2011 para 4,6% em julho de 2012, um aumento de 575% em 18 meses (COSTA, 2014, p.93).

Os celulares com *browsers* acessam a todos os conteúdos disponíveis online. Segundo Fidalgo e Canavilhas (2009), é um primeiro sentido da expressão “todos os jornais no bolso”, essa possibilidade de acesso a qualquer jornal disponível em meio digital. A expressão é oriunda da mobilidade que o celular permite e o melhor: sempre, que possível, conectado à internet. Assim, permite acesso a qualquer conteúdo, quando quiser e onde quiser. Por ser fácil de transportar, por conta de seu tamanho, o celular permite esse tipo de acesso.

(...) a versão para celular pode incluir tudo o que se encontra nas versões impressa (totalidade) e da versão online tradicional (instantaneidade); com a grande vantagem de oferecer isso em toda a parte (ubiquidade). [...] Ora, a Internet móvel e o carácter híbrido do celular redefinem os contextos de produção e de recepção das notícias. Os contextos culturais, linguísticos, religiosos, sociais e políticos da informação noticiosa ganham novos contornos com a identificação precisa de tempos e lugares, desde logo possibilitados pela geolocalização, nomeadamente pelo GPS, disponível na maioria dos novos celulares inteligentes (FIDALGO; CANAVILHAS, 2009, p. 13-14 e 17).

Para o jornalismo no meio digital, alguns aspectos são relevantes como bem demonstra Heloiza Herscovitz (2009). A autora seguindo o pensamento do sociólogo Eszter Hargittai diz que os portais entre os criadores e consumidores de conteúdo são os *gatekeepers*²¹ e que eles realizam a função de filtrar o excesso de informação disponível na internet. Eles além de fornecer um pouco de sentido e direção gratuitamente para os leitores, enquanto os jornais da mesma empresa, dona dos portais, cobram pelos acessos.

Outros aspectos também são importantes para a criação de *sites* jornalísticos. Definir o público-alvo é o primeiro passo, pois, a partir desse ponto, pode-se ajustar o tipo de conteúdo que será oferecido aos leitores. Miranda (2004) também aponta que o *site* deve ser pensado

²¹ Segundo Herscovitz (2009), o termo refere-se à pessoa que toma a decisão e foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, mas o primeiro a utilizar o conceito para o jornalismo foi David Manning White. Para White (1950 *apud* Herscovitz (2009)), na perspectiva do *gatekeeping* o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde um fluxo de notícias tem de passar por diversos portões (os *gates*). *Gates* “que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não” (TRAQUINA, 1993, p. 134).

para ser visualizado rapidamente em diferentes navegadores. Deve ter um design atrativo e um padrão em sua aparência.

Uma página muito pesada (muitas fotos, sons etc.) pode levar muito tempo para ser carregada e desestimulará a permanência do leitor do *site*. Ao contrário, uma página simples, sem imagens, mal acabada etc. rapidamente é carregada, mas dificilmente fará com que o leitor volte àquele jornal (MIRANDA, 2004, p. 49).

Adler (2013) confirma que hoje quem quer lançar um *site* tem que ter a preocupação, desde o começo, da fácil leitura em plataformas móveis. “No celular a diagramação é em uma coluna, no *tablet* em duas e no computador, em três” (OSTROW *apud* ADLER, 2013, p. 33).

Miranda (2004) ainda ressalta que a escolha do sistema de navegação para um *site* jornalístico é essencial para que o leitor obtenha as informações desejadas sem se perder em um infinito labirinto. Ele afirma que para se ter uma boa navegação a ‘regra dos três cliques’ deve ser introjetada no planejamento. Ou seja, o leitor não deve dar mais de três cliques no *mouse* para uma informação dentro do *site*. Ele aponta três principais estruturas de navegação: linear rígida, linear flexível e hierárquica de navegação livre.

Quadro 1 – Resumo das estruturas de navegação

Estrutura	Definição	Vantagem	Desvantagem
Linear rígida	Navegação em dois sentidos. Liga-se uma página a outra em sequência	Fácil criação	Navegação rígida e de difícil chegada até a última página
Linear flexível	Semelhante a linear rígida, entretanto permite pequenos desvios preestabelecidos pelo projetista do <i>site</i>	Fácil criação. Navegação flexibilizada comparada a estrutura rígida	Dificuldade para o leitor chegar a última página
Hierárquica de navegação livre	Empregada para <i>sites</i> mais pesados. Permite ao leitor ampla e flexível possibilidade de navegação	Fácil navegação	Maior cuidado no projeto e manutenção do site

Fonte: MIRANDA, 2004, p. 58.

De acordo com Miranda (2004), o leitor prefere ler ou pesquisar textos com estrutura em blocos, pirâmide invertida e narrativa. O autor chama a atenção para o recurso da narração na composição textual, pois em sua visão o recurso não cabe no jornalismo online por, justamente, ser um ambiente extremamente dinâmico. Contudo, a prática não deve ser extinta, já que pode ser adotada em um *site* estático, que publique textos literários, por exemplo.

Todo o conteúdo disponibilizado na internet pode ser pesquisado a qualquer momento independente do dia que o texto foi disponibilizado. Portanto, nada mais natural que as organizações jornalísticas, que operam no meio digital, tenham a preocupação de estabelecer Bases de Dados incorporados a sua empresa. Para Machado (2006), o funcionamento desse tipo de Base de Dados requer o acesso simultâneo ou concorrente por vários usuários, cujas operações podem interagir, gerando inconsistências. O autor ainda esclarece que o requisito elementar seja a disponibilização confiável e ininterrupta das informações aos usuários.

A Base de Dados toma para si a preservação do passado, da memória, mas permitindo que esta possa ser acessada de acordo com as demandas do presente. Machado (2006) é enfático ao dizer que toda organização jornalística deve adotar uma forma de Base de Dados complexa. Pois além de servir para organizar e armazenar informações do passado, também é um suporte para desenvolvimento de diferentes modelos de narrativas multimídias.

Afinal, se nossa hipótese estiver certa, o futuro das organizações jornalísticas permanece condicionado à capacidade que teremos de traduzir as habilidades potencializadas pelas Bases de Dados para automaticamente armazenar, classificar, indexar, conectar, buscar e recuperar vastas quantidades de dados em tipos criativos de narrar o passado imediato como se fosse um presente projetado em direção ao futuro (GOMIS, 1991, p. 32 *apud* MACHADO, 2006, p. 28).

Machado (2006) explica que a composição da narrativa pelo Banco de Dados ocorre em dois momentos distintos e complementares. O primeiro destaca a criação da narrativa pelos autores, ou seja, o criador do design, que tem o roteiro como guia para sua criação narrativa. Já o segundo momento diferencia os autores dos usuários, que compõem e experimentam o ambiente no ciberespaço. Para o autor, a meta da narrativa interativa não é só a criação de um contexto, mas também de um espaço em que a narrativa possa ser descoberta ou composta pelos usuários.

Outra questão do texto no meio digital, além da interação e colaboração dos usuários, é o excesso do mesmo (quanto ao conteúdo), visto ao longo do dia ou durante dias e até

meses. A quantidade de notícias com mesmo conteúdo acaba por saturar o leitor jovem, que consequentemente pode não dar a devida atenção à informação publicada. Por isso, embora o acesso ao conteúdo com a internet tenha sido facilitado e esteja ao alcance de todos, é necessário desprender o olhar da produção para a recepção do que se está repassando ao público. Uma notícia, com o mesmo formato publicado por muitos acaba passando despercebida pelo leitor, que já sabe do ocorrido, mas não sente a necessidade de buscar novas ou informações mais aprofundadas. Para Adler (2013), os jovens usuários de redes sociais somente clicam no que é de seu interesse, pois quando essa geração pensa em conteúdo pensa em tema e não em provedor que o hospeda.

Por vezes, as notícias que estão nos portais de notícias ou foram divulgadas na TV ou no rádio podem ter sido recebidas ou foram pautadas nas redes sociais. Escândalos, celebridades instantâneas, tragédias com muitas vítimas ou por força da natureza, entre outros podem ser registrados e divulgados por uma pessoa comum que fez o registro com um celular, por exemplo, ou simplesmente escreveu um breve texto com algo de interesse público e divulgou na web. Para os autores Henn, Höehr e Berwanger (2012), o que tornará estes episódios um acontecimento será seu poder de propagação através da *web*. Primeiro em sites de compartilhamento de informações, a exemplo das redes sociais digitais, e depois com a repercussão gerada, que consequentemente ganham espaço nos portais de notícia.

A nova geração²² quer confiar a decisão sobre o que é ou não notícia (...) por si só. Mas é tão ensurdecadora a cacofonia de informação criada pela Internet que não há como peneirar esse material sem ajuda. (...) Só que muito consumidor de notícias jovem prefere que essa informação seja filtrada (...) à luz de certa sensibilidade ou conjunto de interesses (ADLER, 2013, p. 30).

A partir disso, percebe-se que a tecnologia não mudou somente a forma de fazer jornalismo, mas também o seu consumo. Adler (2013) fez um estudo para traçar o perfil dos jovens consumidores de notícias, de que forma eles as consomem e por quais meios. Além de fazer observações de como a geração anterior consumia notícia, principalmente antes da popularização da internet. Para o autor, a nova geração denominada Y ou do milênio, dificilmente irá abrir um jornal impresso para ficar a par dos últimos acontecimentos. Esse público prefere se manter informado com conteúdo jornalístico por meio de redes sociais digitais e quase nunca por sites de meio de comunicação. Prática esta que é acentuada pelo uso de dispositivos móvel com acesso a internet. O estudo também aborda a popularização de

²² Adler (2013) denomina esta geração como Y ou do milênio. É uma geração que já nasceu com o uso da Internet para absorver todo tipo de conteúdo por diferentes plataformas de comunicação.

conteúdos não jornalísticos, que segundo Adler (2013), é o que tem mais acesso no mundo online. “Um texto em um blog sobre a dieta da moda (...) pode viralizar e arrebanhar muito mais leitores do que a cobertura dos fatos na Síria” (ADLER, 2013, p. 26).

No contexto da sociedade digital surgem novas possibilidades e potencialidades para o campo da comunicação e, no que se refere ao jornalismo, fortaleceu-se o termo jornalismo digital. De acordo com Pernisa Júnior; Alves (2010), o início deste ‘novo jornalismo’ foi marcado pela simplória transposição do conteúdo já utilizado no jornal impresso para o meio digital, assim, “o conteúdo digital caía na rede a partir da produção específica para outro meio, em especial, o impresso” (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p.41).

Assim, foi somente após sua inserção inicial meramente de transposição de conteúdo que os jornais começaram a buscar maneiras de explorar as novas características do meio digital, mediante o entendimento de que “não havia motivo para estar na grande rede se não fosse para ter algo diferente do que já era feito na edição em papel. A presença na internet já não parecia ser a única justificativa dessas publicações” (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p.36).

Firmino (2013) ajuda a entender as contínuas mudanças das Tecnologias da Informação e da Comunicação. Com elas, o jornalismo precisou passar por novos ajustes graças à maior condição de mobilidade da informação, tanto com relação ao acesso quanto à produção de conteúdo. Desta forma o jornalismo se beneficiou gradativamente dessa mobilidade possibilitada pelas tecnologias e processos em redes móveis, resultando no desdobramento das condições para a prática do jornalismo e também da recepção das notícias por parte do consumidor.

É nesta perspectiva que Firmino (2015) fala sobre a relação entre a era pós-PC e o jornalismo, chamando a atenção para os desdobramentos que rapidamente se tornaram presentes no cotidiano das sociedades “tanto na perspectiva de produção quanto de consumo de notícias em mobilidade a partir de um dispositivo na palma da mão, tendo em vista que há uma relação intrínseca entre uma perspectiva e outra” (FIRMINO, 2015, p.25).

Firmino (2015) argumenta ainda que o conjunto de tecnologias móveis e de redes sem fio (*tablet*, *e-reader*, *smartphone* ou outro equipamento do ecossistema móvel) está diretamente relacionado ao interminável processo de reconfiguração dos fazeres jornalísticos,

visto que na esfera da produção solicita maior imediatez aliada ao acesso remoto de dados os quais necessitam de apuração, tornando mais complexa a rotina das redações.

Assim, as pessoas estariam se tornando consumidores mais propensos às informações na mesma proporção em que tem sua relação – público/produto - também alterada em no mínimo duas perspectivas:

- a. Demandar atualizações mais constantes ao também consumir notícias e redes sociais em dispositivos móveis;
- b. Poder participar da produção jornalística (via *WhatsApp* ou por outros meios de interação) contribuindo com conteúdos e informações que podem se transformar em notícias de repercussão (FIRMINO, 2015, p.26).

Os jornalistas devem ser treinados para também produzir conteúdo multimídia para qualquer meio de comunicação (TV, impresso, web). Já que a produção multimidiática da própria empresa jornalística é valorizada, cativa o público e o torna fiel ao veículo. Somente o texto não satisfaz mais os leitores. O conteúdo digital deve vir agregado ao design atrativo, interatividade eficiente e multimidialidade autêntica.

No modelo clássico, antes das tecnologias digitais, o jornalista deveria ir fisicamente atrás dos fatos, conversar com fontes, checar boatos, além de por vezes recorrer a arquivos para sustentar sua tese. Na era digital o jornalista, caso queira, faz tudo sem sair da frente da tela do computador, sem necessidade de deslocamento físico. Tudo é informatizado e com o auxílio da internet, imprescindível para a atual prática jornalística, torna mais fácil a pesquisa sobre o que se pretende escrever ou apurar. “Antes do relato contextual dos fatos o jornalista pode consultar dados armazenados ou fontes disponíveis na internet, entrevistar os sujeitos dos fatos e também avaliar o conteúdo das declarações” (Del Bianco, 2004 *apud* SANTI, 2010, p.15).

A comunicação entre as pessoas sofreu significativa mudança a partir do crescimento da utilização das mensagens de texto, ou SMS, disponíveis nos aparelhos de telefone celular. Para Lemos e Josgrilberg (2009), a linguagem desta tecnologia avançou de maneira exponencial com a disponibilização dos serviços de compartilhamento de áudios, vídeos e fotos. É neste contexto – com dispositivos móveis inteligentes e internet – que o digital avançou de maneira tão significativa que atingiu o patamar de matriz predominante.

Com relação ao jornalismo, Canavilhas (2013) salienta que ele sempre conviveu com períodos de importantes mudanças e, com a expansão e o fortalecimento da internet no cotidiano das sociedades, o surgimento das plataformas digitais voltadas à produção e veiculação de conteúdo jornalístico nessas plataformas configurou-se um momento de novas mudanças neste campo da comunicação. Ainda segundo Canavilhas (2013), a tecnologia sempre foi fator elementar no contexto de aprimoramento do jornalismo, tanto no que se refere aos procedimentos da produção jornalística, quanto nos âmbitos “da oferta informativa, dos modelos dos produtos e dos formatos dos conteúdos” (CANAVILHAS, 2013, p.38). No contexto contemporâneo, o citado autor destaca que houve maior sobressalto para a modalidade do jornalismo digital, “também conhecida pelas terminologias jornalismo online, webjornalismo e ciberjornalismo” (CANAVILHAS, 2013, p.38).

O advento dos sistemas de comunicação móvel se relaciona com o jornalismo em alguns momentos-chaves da reportagem do campo (local, espacialização, móvel) desde os tempos mais remotos aos atuais. Matheson e Allan (2009) mostram a reportagem de guerra [75]²³ como umas das beneficiárias do jornalismo móvel na combinação entre tecnologias móveis e conexões sem fio como no caso da Guerra do Iraque em 2003 com o videofone, que combinava celular, satélite e notebook nas transmissões. A percepção atravessa a relação histórica entre jornalismo e mobilidade associada às tecnologias da mobilidade de cada época. Não obstante, essa dimensão no contexto atual está vinculada às tecnologias e redes digitais originando novas práticas e potencialidades. O jornalismo móvel trata-se da modalidade de atuação por meio de tecnologias portáteis que permitem fluidez nos deslocamentos de natureza física ou informacional estendidos por redes digitais móveis (SILVA, 2013, p. 100).

A nova forma de busca engloba não só a simples pesquisa na rede de computadores, mas também a observação e análise do que o público digital divulga na Rede, principalmente para aquelas informações que podem gerar notícia.

Uma pesquisa realizada em setembro e outubro de 2009 pela Universidade George Washington, com 371 jornalistas norte-americanos que atuam em diários impressos e na web revela que as redes sociais digitais são usadas como ponto de partida de uma pesquisa jornalística e também para distribuir conteúdo jornalístico. Os blogs são os preferidos para essas ações. Oitenta e quatro por cento dos entrevistados usam os blogs como fonte e 64% como forma de divulgar artigos produzidos pela mídia tradicional. Para esta segunda ação, o Twitter também é bastante utilizado. Cinquenta e sete por cento dos jornalistas empregam esse sistema de comunicação para anunciar

²³ [75] Hobsbawm (1995), no livro “era dos extremos”, aborda que as guerras aceleraram o progresso técnico. No jornalismo essa relação vinculada à inovação também se faz presente desde o uso do telégrafo sem fio em momentos de Guerra Civil Americana, os computadores na Segunda Guerra Mundial, o uso de satélites na cobertura da Guerra do Golfo Pérsico, Internet e videofone na Guerra do Iraque chegando ao uso de celulares e *smartphones* em conflitos mais recentes.

reportagens, especiais etc. (HUMPHREY, 2010 *apud* QUADROS, 2010, p.171).

O advento da tecnologia, principalmente da internet, não possui somente a face positiva. O seu uso também pode comprometer o processo da checagem do conteúdo publicado e gerar matérias repetidas, de baixa qualidade e notícias falsas. Assim como é fácil e prático encontrar a informação desejada, mais fácil e prático é divulgá-la na rede. Qualquer um pode publicar o que bem entender a qualquer momento, sem o menor critério de checagem, veracidade ou ética. Neste sentido, os jornalistas podem cair em armadilhas, caso não façam o trabalho de investigação de conteúdo corretamente.

A atual faceta do jornalismo exige um profissional autossuficiente para fazer a matéria e obter recursos multimídias para ilustrá-la, além da agilidade em colocar ao acesso de todos, quase que imediatamente, à ocorrência do fato. O que também gera a preocupação do profissional em divulgar a notícia antes da concorrência, ou seja, um furo jornalístico. Esse novo profissional com múltiplas funções pode gerar consequências na saúde do jornalista – stress, distúrbios do sono, etc – por conta do ambiente de trabalho inadequado à qualidade e a agilidade da notícia produzida – apuração indevida ou não apuração dos fatos e notícias superficiais com pouco ou nenhum recurso audiovisual. “Aqui no online o repórter que vai para a rua, ele tem obrigação de filmar, obrigação de descarregar o vídeo, editar o vídeo se for necessário e escrever a matéria” (relato de um jornalista, 2011 *apud* SILVA, 2011, p.12).

No estudo que Silva (2011) traça o perfil dos jornalistas que usam tecnologias móveis, aponta que os repórteres se enxergam dentro da noção “faz de tudo ao mesmo tempo agora”. O estudo tem por base entrevistas com repórteres de três veículos com mesmo segmento – jornalismo online. Segundo Silva (2011), alguns profissionais relatam que sentem dificuldade em lidar com o envio das informações, por ser em processo parcial, e dificuldade com o manuseio da tecnologia mesmo sendo simplificado, pois às vezes se torna difícil anotar as falas, fazer vídeo e fotografias, que resulta na falta de um recurso vez ou outra.

É essa necessidade do imediatismo, que gera estresse ao profissional durante a produção da notícia, que em contrapartida se destaca para atrair o público. Contudo, como já dito ao longo desse texto, as informações noticiosas se destacam cada vez mais na internet, não só pelo seu imediatismo, mas principalmente por sua possibilidade de acesso a qualquer momento e em qualquer lugar. Assim, a estrela maior dessa mobilidade é o aparelho celular. Ele que converge e encanta tanto os jovens por essa possibilidade de estar tudo a mão.

Neste sentido as empresas de comunicação já estão na corrida para produção do melhor conteúdo específico para celular e internet. O que não fica somente em uma inovação em seu layout, como um site responsivo (que não exige movimento de pinça dos dedos para o usuário ler seu conteúdo, pois está programado a se enquadrar perfeitamente a qualquer tamanho de tela), mas em conteúdo de fato. Um exemplo são as organizações Globo, que produzem alguns capítulos inéditos de suas novelas, que só podem ser vistos no ambiente virtual e não transmitido na grade de programação habitual. A mesma empresa trouxe um aplicativo, onde os usuários da rede podem assistir qualquer programa da emissora, quando quiser. Ou seja, o telespectador passa a ser usuário da rede e não perde seus programas preferidos, já que não precisa ficar presos a horários e a TV.

Uma das características do jornalismo digital é a possibilidade de um serviço personalizado para o usuário com a tecnologia do *pull* e *push* de notícias. De acordo com Santana (2014), o primeiro pode-se consultar notícias por livre iniciativa, enquanto o segundo libera um aviso ou alarme que informa a existência de uma notícia, a qual o usuário tenha interesse. Interesse esse que já foi informado às configurações do aplicativo. Atrelado a isso, as empresas devem ficar atentas ao formato de seu conteúdo. O meio virtual exige velocidade e é assim que o leitor espera as informações jornalísticas, quase que como um *fast-food*. Informações curtas e diretas, com imagens de qualidade e vídeos de poucos minutos.

Capítulo 2: Metodologia da Pesquisa

Nesse capítulo será exposto o processo de pesquisa empírica na escola Barão de Mauá, da mesma forma que esclarecer como foi pensado e planejado. Então, a discussão será em torno de quais as técnicas e as ferramentas utilizadas na coleta dos dados e como elas se aplicaram, a partir da necessidade da pesquisa. Quem foram os entrevistados e o porquê de sua seleção. Quais os métodos foram abordados, assim como sua caracterização e esclarecimento da escolha.

Lakatos e Marconi (2010) diferenciam método de métodos, mais especificamente esclarecem quem são os métodos de abordagem e quais são os métodos de procedimento. Para elas, a distinção refere-se, principalmente, quanto a sua finalidade, a ação nas etapas da investigação e ao momento em que se situam. Dessa forma, o primeiro se caracteriza por uma abordagem mais ampla, em nível de abstração mais elevado dos fenômenos da natureza e da sociedade. Já os métodos de procedimento seriam etapas mais concretas da investigação, com finalidade mais restrita e menos abstrata dos fenômenos em termos de explicação geral. Ambos serão discriminados e conceituados, de forma resumida, a seguir.

Os métodos de abordagem se dividem em quatro: método indutivo, método dedutivo, método hipotético-dedutivo e método dialético. Segundo Lakatos e Marconi (2010), o indutivo consiste em aproximar os fenômenos para planos mais abrangentes, partindo das constatações mais particulares para as leis e teorias (conexão ascendente). Já o dedutivo faz o percurso inverso, ou seja, parte das teorias e leis para a ocorrência dos fenômenos particulares (conexão descendente). O hipotético-dedutivo se inicia pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos – formula hipóteses – e pelo processo dedutivo, testa a susceptibilidade da ocorrência de fenômenos abrangidos pelas hipóteses. Por fim, o dialético que adentra a perspectiva dos fenômenos por meio da ação recíproca da contradição do fenômeno e da mudança dialética na natureza e na sociedade.

Por sua vez, os métodos de procedimento englobam nove aplicações. São elas: método histórico, método comparativo, método monográfico, método estatístico, método tipológico, método funcionalista, método estruturalista, método clínico e método etnográfico. Esse último, utilizado como método para o desenvolver da pesquisa. Contudo, como já adiantado na Introdução dessa dissertação o método etnográfico será utilizado como forma de procedimento para a coleta em campo, uma inspiração etnográfica para ser mais claro.

Como se trata da compreensão do fenômeno de um determinado grupo social, pode-se dizer segundo o pensamento de Gerhardt e Silveira (2009), que a pesquisa se trata de uma pesquisa qualitativa. Pois ela “se preocupa com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 31-32). Classificação compartilhada por Prodanov e Freitas (2013) ao citar como a pesquisa qualitativa pode ser realizada.

O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal pesquisa é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.70).

Seguindo o pensamento, encontramos o método de abordagem utilizado para os dados dessa pesquisa: método indutivo, esclarecido à luz de Lakatos e Marconi (2010). Os resultados analisados com a pesquisa partem da coleta de informações de um grupo particular (jovens estudantes), que serão afirmados como um comportamento generalizado. Em outras palavras, o método induz a concluir que os resultados encontrados no grupo particular também se aplicam ou se repetem no grupo geral. “o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 68).

Contudo essa “verdade” encontrada para os demais (generalizada) não é absoluta. O fato de não ter encontrado com a pesquisa do grupo particular algo que vá de encontro com a premissa não é garantia de que todos se comportem da mesma forma. Até porque no raciocínio indutivo, as generalizações partem das constatações individuais, com base em observações a procura de respostas para os fenômenos estudados.

Apesar de o trabalho partir de uma observação de inspiração etnográfica, com vistas a possibilitar um olhar mais aprofundado sobre o objeto estudado (jovens, dispositivos móveis e jornalismo), é importante ressaltar que não utilizamos a netnografia, apesar de se trabalhar com dispositivo móvel e internet. Isso ocorreu pelo fato da pesquisa exigir contato real com os jovens pesquisados e não somente o contato no mundo virtual. “São muitas as semelhanças entre os dois métodos, a etnografia e a netnografia. Melhor dizendo, a segunda é o resultado de uma adaptação da primeira ao ambiente virtual” (ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005, p. 9).

Mesmo o termo netnografia estando inserido em um ambiente virtual como cenário de pesquisa e isso ir de encontro ao que a etnografia prega – contato real com a comunidade a ser investigada ou observada – há autores como Rocha, Barros e Pereira (2005) que defendem o uso do termo netnografia e até definem o que é e como deve ser usada. Quase como um guia, para seguir passo a passo.

Kozinets (1998) (...) ao explicar o que seriam comunidades virtuais *puras* e *derivadas*, justifica, também, o uso *puro* da netnografia. Segundo ele, as ciberculturas e comunidades virtuais *puras* são aquelas que se estabelecem somente pela mediação do computador. Neste caso, determina o autor, seus estudos “devem ser baseados [exclusiva] e fundamentalmente numa participação direta e total imersão [do pesquisador] nestas culturas”. Quando estas comunidades também se manifestam na “RL” (“*real life*”), elas são *derivadas* e, neste caso, a netnografia serviria como uma *ferramenta* a mais, atuando em conjunto com entrevistas pessoais, grupos de discussão ou entrevistas por telefone (ROCHA; BARROS; PEREIRA, 2005, p. 10).

Então, o método de procedimento etnográfico se adequa à pesquisa por essa buscar resposta em um grupo específico da sociedade sobre um problema que atualmente se comprova de forma dedutiva, mas sem nenhuma profundidade para provar, ou não, uma possível mudança de hábito desse grupo em questão. Em outras palavras, busca-se através do método etnográfico aplicado na pesquisa esclarecer se houve mudança quanto ao procedimento de acesso à informação – principalmente jornalística – realizado por um grupo de jovens estudantes, após a popularização das novas tecnologias com acesso à internet, no caso da pesquisa o *smartphone*.

Dessa forma, o decorrer desse capítulo visa não só auxiliar na compreensão do que é etnografia e esclarecer como a inspiração etnográfica se desenvolveu com a pesquisa, mas também esclarecer o ambiente onde foi realizado a pesquisa, o desenvolvimento dela em si com as entrevistas e as técnicas e ferramentas utilizadas para a coleta dos dados.

2.1 A inspiração etnográfica como percurso de pesquisa

O método etnográfico é conhecido como um viés da Antropologia. Contudo, se diferencia dos outros campos de conhecimento das ciências humanas pela sua característica de pesquisa de campo e o tempo dedicado a ela. É notório para quem escolhe esse método

saber que dedicação, exaustão e observação sempre andarão juntas enquanto durar a pesquisa etnográfica. As técnicas e procedimentos de coletas de dados são associados à prática do trabalho de campo a partir de uma imersão do pesquisador mais ou menos prolongada junto ao grupo social que se quer estudar.

A prática da pesquisa de campo etnográfica responde, pois a uma demanda científica de produção de dados de conhecimento antropológico a partir de uma inter-relação entre o(a) pesquisador(a) e o(s) sujeito(s) pesquisados que interagem no contexto recorrendo primordialmente as técnicas de pesquisa da observação direta, de conversas informais e formais, as entrevistas não-diretivas, etc.

A pesquisa etnográfica constituindo-se no exercício do olhar (ver) e do escutar (ouvir) impõe ao pesquisador ou a pesquisadora um deslocamento de sua própria cultura para se situar no interior do fenômeno por ele ou por ela observado através da sua participação efetiva nas formas de sociabilidade por meio das quais a realidade investigada se lhe apresenta (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 1-2).

Mas quando utilizar etnografia como método? Fragoso *et al.* (2011) montaram um quadro esquemático para explicar porque a escolha do método deve ser feita. Para elas, as influências podem ser: problema de pesquisa, design da pesquisa e construção do campo. Essas que podem ser visualizadas a seguir.

Quadro 2 – Critérios de escolha da etnografia como método. Elaborado a partir de Angrosino (2009) e Boyd (2009)

Por que escolher a etnografia?	Quanto ao problema de pesquisa	Quanto ao design da pesquisa	Quanto à construção do campo
“Para estudar questões ou comportamentos sociais que ainda não são claramente compreendidos e ajudar o pesquisador a ‘tomar pé da situação’ antes de centrar-se em questões específicas” (Angrosino, 2009, p. 36).	Utilizar a pesquisa etnográfica para definir o problema de pesquisa.	Parte-se de um planejamento que é ordenado à medida que os princípios etnográficos são desenvolvidos.	Tomar a cultura daquele grupo, comunidade etc. como foco e ponto de partida.
Para “conhecer a perspectiva das próprias pessoas	Definir um problema que não pode ser imediatamente	Essa etapa é feita, em geral, antes da ida a campo e, portanto,	Ir a campo, selecionar, observar, documentar (salvando

sobre as questões”.	expresso em termos de hipótese e que resulta em comportamentos não previstos pela literatura existente.	ainda na fase de aclimação e conhecimento do pesquisador em relação ao objeto, tendo a revisão de literatura sobre a temática já sido feita.	arquivos e mensagens, fazendo printscreens, efetuando downloads de materiais etc.), questionar e analisar.
	Identificar os participantes em um cenário social.	O planejamento não é imutável e sofre ajustes ao longo da pesquisa e a partir de situações e percepções que são analisadas quando emergem do campo.	Nunca se sentir muito confortável seja em relação ao campo, aos informantes, ao problema de pesquisa.
	Registrar um processo.	É preciso ressaltar que as etapas, muitas vezes, se sobrepõem e não acontecem de forma linear.	Lembrar que a construção dos limites do campo é um processo social.
	Contextualizar o levantamento de dados quantitativos.		A construção de sentido é um processo interpretativo permanente.

Fonte: Fragoso et al., 2011, p. 179-181.

Observando o quadro acima fica clara a escolha por traços do método etnográfico para essa pesquisa, pois, como já dito anteriormente, não realizamos a etnografia em si, mas sim uma inspiração etnográfica. O passo inicial para o caminho percorrido para se chegar à coleta dos dados com os jovens, mais especificamente, ouvir os jovens estudantes do Colégio Estadual Barão de Mauá e entender como eles acessam conteúdo jornalístico por meio do *smartphone*, encaixa com a resposta do quadro trazido por Fragoso (2011) quando se questiona ‘por que escolher o método etnográfico?’: para “conhecer a perspectiva das próprias pessoas sobre as questões” (FRAGOSO et al., 2011, p. 179-181). Afirmativa há muito exposta por Geertz (1978). “A vocação essencial da antropologia interpretativa não é responder às nossas questões mais profundas, mas colocar à nossa disposição as respostas que os outros deram” (GEERTZ, 1978, p. 40-41).

Mesmo com o esclarecimento trazido pelo Quadro 2 para a escolha do método etnográfico – processo de consumo realizado pelos jovens descrito por eles mesmo –, percebeu-se já durante a dinâmica da técnica de entrevistas com os jovens sergipanos, que os

dados não resultariam com profundidade suficiente para caracterizar um estudo etnográfico. Resultados que serão expostos no capítulo seguinte.

Dessa forma, unindo o pensamento de Geertz (1978) e do fragmento do quadro 2, a não escolha por um método etnográfico, para a escolha de uma inspiração etnográfica pode ser entendida e percebida na prática. Pois foi a partir dela que a ‘mudança ocorreu, o que comprova que o planejamento de pesquisa não é imutável, e consequentemente, sofreu ajustes a partir de situações e percepções que surgiram durante a pesquisa de campo. A exemplo da contribuição dos jovens a partir das entrevistas, pois a construção da análise e interpretação dos dados foi um processo permanente durante a pesquisa.

Para os conceitos destinados à pesquisa etnográfica não é de entendimento o projeto ter pressuposições. Pois a pesquisa ocorre com base em observação (pesquisador observador) e de forma participativa, mas não como nativo. Ou seja, pesquisar e viver na comunidade, mas se manter distante para não cair na imparcialidade. Travancas (1993) não concorda que opiniões, familiaridade e envolvimento com o objeto sejam empecilhos para obter resultados contundentes e de qualidade. A autora utilizou a etnografia quando fez um estudo sobre as empresas jornalísticas e seu funcionamento, do cotidiano de alguns jornalistas em seu ambiente de trabalho e em sua vida pessoal. Para ela, ser jornalista e pesquisar o ambiente em que também está inserida justifica o seu poder opinativo sobre os profissionais que analisou. “Existe sempre um envolvimento com o objeto de estudo e isso não é um problema ou desvantagem em si” (TRAVANCAS, 1993, p. 38).

Para a pesquisa etnográfica não cabe encontro fortuito. A interação entre o pesquisador e o meio social escolhido deve ser condição para a pesquisa fluir sem ruídos. “(...) uma relação que se prolonga no fluxo do tempo e na pluralidade dos espaços sociais vividos cotidianamente por pessoas no contexto urbano, no mundo rural, nas terras indígenas, nos territórios quilombolas, enfim, nas casas, nas ruas, na roça, etc” (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 3). Porém, o pesquisador precisa saber que para se resguardar e até mesmo ser ético em sua pesquisa, precisa realizar o pedido de consentimento por parte dos indivíduos ou das pessoas, ou da concordância institucional. Só assim poderá ser aceito e participar das rotinas do grupo social estudado. Assim não causará extrema estranheza aos nativos, o que pode prejudicar a pesquisa.

No caso dessa dissertação, a tarefa foi ainda mais difícil de ser efetivada, já que tratamos diretamente com o público jovem – arredo por natureza. Foi fundamental ganhar a confiança dos jovens pesquisados para que os mesmos não se sentissem inquiridos ou acanhados de relatar sua rotina de acesso ao conteúdo jornalístico por meio do uso do *smartphone*. Ou até mesmo permitissem a observação enquanto faziam uso do dispositivo móvel com acesso à internet.

Isto implica em estar atento (a) as regularidades e variações de práticas e atitudes, reconhecer as diversidades e singularidades dos fenômenos sociais para além das suas formas institucionais e definições por discursos legitimados por estruturas de poder (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 4).

Dessa forma, a escolha do objeto e do ambiente que o rodeia é fundamental para se ter uma noção do roteiro que terá que seguir para a realização da pesquisa. O que não significa que esse deve ser fixo, até porque a etnografia, como já foi dito, parte inicialmente da observação, para só então após esse exercício, as questões surgirem. Travancas (1993) revela bem o passo inicial para se ambientar ao que se deseja estudar.

Escolhi pessoas de órgãos e veículos diferentes por considerar que há algumas diferenças importantes e interessantes a serem estudadas entre o jornal, a televisão e o rádio, diferenças estas que influenciarão consideravelmente o dia-a-dia de seus profissionais. Tive igualmente o cuidado de não trabalhar com jornalistas de uma só rede de comunicação, pois há empresas que englobam canais de televisão, emissoras de rádio e jornais impressos, e, caso eu me fixasse em uma única rede, poderia estar, no fundo, estudando apenas um órgão de comunicação e suas, digamos, filiais. Um mesmo estilo de empresa prejudicaria meu propósito de diversificação (TRAVANCAS, 1993, p. 38).

O ambiente escolhido para a essa pesquisa foi o escolar. Ambiente esse que será descrito mais a frente neste capítulo. A escolha tanto auxiliou no encontro com o público pesquisado, tanto possibilitou à pesquisadora, que é jornalista, outro olhar e criatividade para a coleta dos dados em ambiente escolar. Pois não se tratava de entender somente o consumo de produtos jornalísticos, mas também estar atenta sobre a influência que a instituição (gestores e corpo docente) exerce sobre os jovens participantes da pesquisa. Em outras palavras, iniciar a pesquisa como um estranho e aos poucos ir se tornando familiar, aos olhos de quem se pesquisa e do próprio pesquisador.

Estranheza é fundamental para a pesquisa etnográfica. É a partir dessa sensação incômoda que ocorre a possibilidade de se interpretar o mundo social aproximando do que se é estranho e tornando-o familiar. É certo que o contrário pode ocorrer. Segundo Da Matta e

Velho (1978 *apud* Rocha e Eckert (2008)), estranhando o familiar as representações ingênuas do pesquisador são substituídas por questões relacionais sobre o universo de pesquisa analisado. Geertz (1978) chama a atenção sobre o que se entende por interpretações em textos que usam como base de pesquisa o método etnográfico. “(...) os textos antropológicos são eles mesmos interpretações e, na verdade, de segunda e terceira mão. (Por definição, somente um “nativo” faz a interpretação em primeira mão: é a sua cultura.)” (GEERTZ, 1978, p. 25).

Para se chegar às interpretações é necessário um estímulo mínimo, que pode ser ouvir uma fala ou ruído, ler anotações, observação de gestos e comportamento, dentre outras ações que estimulem a interpretação do pesquisador sobre o objeto de estudo. Para Geertz (1978), a descrição etnográfica é interpretativa, pois interpreta o fluxo do discurso social e tenta salvá-lo em formas pesquisáveis. O autor ainda ressalva que a descrição deve ser microscópica, ou seja, o pesquisador deve levantar questões amplas e abstratas de assuntos extremamente pequenos, abordados em conjunturas mais decisivas.

Rocha e Eckert (2008) citam a antropóloga americana Margareth Mead (1979) quando ela em um artigo célebre pontuou que a antropologia, desde suas origens, é uma disciplina de palavras. O argumento da autora revela que a prática etnográfica necessita de registro detalhado e contínuo para não correr o risco de a interpretação etnográfica ser falha e apenas passar “por cima com vagas alusões às virtudes do concreto e da mente comum” (GEERTZ, 1978, p. 31).

O mais usual para a realização dos registros em pesquisas etnográficas são anotações que se transformam em diário de campo. Ou seja, durante a observação o pesquisador faz seus apontamentos e em outro momento escreve em relatório, ou não, o que se passou durante o dia na comunidade estudada. Ainda na perspectiva da antropóloga Margareth Mead pode-se dizer que os resultados dos estudos e observações do pesquisador “necessitam ser registrados, classificados, correlacionados, comparados e, logo após, retomados pelo etnógrafo na forma de estudos monográficos, através do uso de conceitos teóricos e metodológicos do seu campo disciplinar e não do próprio ‘nativo’” (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 8-9).

Os diários de campo, entretanto não servem apenas como um instrumento de “passar a limpo” todas as situações, fatos e acontecimentos vividos durante o tempo transcorrido de um dia compartilhado no interior de uma família moradora de uma vila popular, com quem passou um tempo para pesquisar o tema da violência urbana. Ele é o espaço fundamental para o(a) antropólogo(a) arranjar o encadeamento de suas ações futuras em campo,

desde uma avaliação das incorreções e imperfeições ocorridas no seu dia de trabalho de campo, dúvidas conceituais e de procedimento ético. Um espaço para o(a) etnógrafo(a) avaliar sua própria conduta em campo, seus deslizes e acertos junto as pessoas e/ou grupos pesquisados, numa constante vigilância epistemológica.

Evidentemente que o diário de campo não é algo que possa ser escrito ao mesmo tempo em que me encontro compartilhando com os outros suas vidas, no dia a dia! Ele resulta de outro instrumento: o caderno de notas. É no caderno de notas de campo, onde o(a) antropólogo(a) costuma registrar dados, gráficos, anotações que resultam do convívio participante e da observação atenta do universo social onde está inserido e que pretende investigar; é o espaço onde situa o aspecto pessoal e intransferível de sua experiência direta em campo, os problemas de relações com o grupo pesquisado, as dificuldades de acesso a determinados temas e assuntos nas entrevistas e conversas realizadas, ou ainda, as indicações de formas de superação dos limites e dos conflitos por ele vividos (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 15).

Fragoso *et al.*, (2011) enfatizam que somente a observação do campo não é suficiente para a etnografia, mas que deve sim contextualizar os informantes e usar diversos tipos de entrevistas. Sendo assim, o uso da entrevista na dissertação foi imprescindível para revelar o comportamento dos jovens quando acessam conteúdo jornalístico em seus *smartphones*.

O intercâmbio entre pesquisador e público pesquisado fortalece a percepção dos dados que estão sendo extraídos no momento das entrevistas e observações, principalmente quando se realizam perguntas abertas. A troca cultural se torna rica. “O ouvir, alcançado mediante entrevistas em profundidade, abertas, (...), ajuda ao pesquisador perceber o sentido das ações que observa, bem como as significações específicas que o grupo observado atribui às suas próprias ações, rituais, etc.” (LAGO, 2007, p. 52, *apud* FRAGOSO, 2011, p. 186). As entrevistas, assim como o diário de campo produzidos nessa pesquisa podem ser visualizados na íntegra, nos anexos desse texto. Eles serviram como base interpretativa para a análise de dados, que resultou no último capítulo dessa dissertação.

Toda essa contextualização do método etnográfico foi importante para entender quais os traços do método esse trabalho tem. Traços justamente porque se trata de um texto que usa como método uma inspiração etnográfica. Peirano (2014) alerta sobre afirmativas de se usar o termo método etnográfico. Para a autora, etnografia não é um método, pois para ela, quando se fala em etnografia obrigatoriamente o resultado tem que gerar algo novo, uma teoria. “Se é boa etnografia, será também contribuição teórica; mas se for uma descrição jornalística, ou uma curiosidade a mais no mundo de hoje, não trará nenhum aporte teórico” (PEIRANO, 2014, p. 383).

Segundo ela, bons estudos etnográficos cumprem, no mínimo, três condições: “i) consideram a comunicação no *contexto da situação* (cf. Malinowski); ii) transformam para a linguagem escrita o que foi vivo e intenso na pesquisa de campo, transformando experiência em texto; e iii) detectam a eficácia social das ações de forma analítica” (PEIRANO, 2014, p. 386).

A primeira e mais importante qualidade de uma boa etnografia reside, então, em ultrapassar o senso comum quanto aos usos da linguagem. Se o trabalho de campo se faz pelo diálogo vivido que, depois, é revelado por meio da escrita, é necessário ultrapassar o senso comum ocidental que acredita que a linguagem é basicamente referencial. Que ela apenas “diz” e “descreve”, com base na relação entre uma palavra e uma coisa. Ao contrário, palavras *fazem* coisas, trazem consequências, realizam tarefas, comunicam e produzem resultados. E palavras não são o único meio de comunicação: silêncios comunicam. Da mesma maneira, os outros sentidos (olfato, visão, espaço, tato) têm implicações que é necessário avaliar e analisar. Dito de outra forma, é preciso colocar no texto – em palavras sequenciais, em frases que se seguem umas às outras, em parágrafos e capítulos – o que foi ação vivida. Este talvez seja um dos maiores desafios da etnografia – e não há receitas preestabelecidas de como fazê-lo (PEIRANO, 2014, p. 386).

A autora não joga por terra tudo que foi dito anteriormente, na contextualização do método etnográfico. Não! Ela só alerta para uma reflexão acerca dos textos resultantes do uso do método, ou melhor, dos textos que referenciam utilizar o método. Peirano (2014) acredita que devemos ser mais críticos no uso da Etnografia e somente afirmar que fez uso dela se, e somente se, este estudo ou pesquisa resultar em algo novo, uma nova teoria.

2.2 Experiências etnográficas no ambiente da escola

O cenário para a pesquisa foi o ambiente escolar. A escolha ocorreu pela facilidade de encontrar jovens com diferentes idades em um único espaço. Dessa forma, a pesquisa de campo foi realizada no Colégio Estadual Barão de Mauá, localizada no bairro Orlando Dantas, na cidade de Aracaju/SE.

A pesquisa de campo com inspiração etnográfica desenvolvida para a coleta de dados ocorreu no período de 07 de novembro a 20 de dezembro de 2016. As visitas à escola ocorriam sempre no turno da manhã, em dias não fixos, mas que totalizavam três dias por semana. Essas visitas resultaram em observação e entrevistas de 10 alunos, cinco professores e dois integrantes da equipe gestora (coordenadora e diretor). Os detalhes desse processo

serão descritos mais a frente nesse capítulo, onde será possível compreender a importância de se observar as personagens que compõem o ambiente escolar. Andrade (1990) caracterizou em um contexto com estudo etnográfico, essa importância de observação sobre quem compõe o ambiente escolar.

No primeiro semestre da pesquisa, as observações (...) as questões mais cruciais e mais conflituosas da escola só nos foram reveladas quando passamos a coordenar grupos de professores, também por solicitação da administração, principalmente quando seus integrantes passaram a se beneficiar de nossos encontros semanais (ANDRADE, 1990, p. 3-4).

A pesquisa etnográfica em ambiente escolar segue as indicações ditas no subtópico anterior, o 2.1, contudo, alguns cuidados devem ser levados em consideração. Oliveira (2013) aponta algumas armadilhas na utilização do método em pesquisas de Educação, como a demasiada atenção às falas dos pesquisados para o pesquisador, durante as entrevistas, mas pouca atenção ou nenhuma para as falas entre os próprios pesquisados. “muitas vezes residem nesses diálogos importantes elementos de compreensão da realidade analisada, mais do que nos dados obtidos por meio de entrevistas” (OLIVEIRA, 2013, p.173).

Outro ponto levantado pelo autor é a questão da estranheza, melhor dizendo, a falta dela. A estranheza entre o objeto de pesquisa e o pesquisador é fundamental para a etnografia, pois é a partir dela que surgem as possibilidades de interpretação do mundo social desconhecido, que se pesquisa e quer se aproximar, entender. Para Oliveira (2013), por pesquisas etnográficas nas escolas serem quase sempre realizadas por profissionais da área, a estranheza necessária é um exercício a ser feito com rigor, já que há um esforço contínuo em transformar o familiar em exótico.

Ainda no sentido da estranheza, deve-se tomar cuidado quanto a estranheza ou desconfiança que o pesquisador possa transmitir aos pesquisados. Nesse caso, isso não é o melhor para uma pesquisa etnográfica. Ter um público confiante e que se sinta à vontade com o pesquisador é importante para uma coleta de dados rica e sem ruídos. Oliveira (2013) afirma que nas pesquisas em ambiente escolar esse tipo de estranheza é recorrente, não só por parte dos alunos, mas principalmente dos professores, que demoram no processo de aceitação da pesquisa que utiliza como técnica a observação em campo e entrevistas.

O reverso também pode ocorrer e o pesquisador se tornar parte do ambiente pesquisado – esse é mais um alerta trazido pelo autor. Ou seja, por vezes o profissional de

Educação, que realiza a pesquisa sofre uma “confusão de identidade”, que pode ser ele mesmo assumir a posição de professor no ambiente pesquisado ou pode ser a classificação dada ao pesquisador, pelos demais, enquanto está no ambiente escolar.

Dessa forma, a pesquisa realizada no Colégio Barão de Mauá tomou como base, dentre os conceitos dos autores até aqui citados, as dimensões para a descrição do cenário para uma pesquisa etnográfica em ambiente escolar, de acordo com Frank (1999 *apud* CAVALCANTE; JUNIOR, 2005). Ele destaca como importante cinco dimensões: ambiente não-estruturado/estruturado; ambiente aberto/fechado; ambiente simples/complexo; ambiente inclusivo/exclusivo; e ambiente móvel/estático. Assim, a relação entre a escola pesquisada e os conceitos das cinco dimensões pode ser entendida a seguir. Contudo, antes vamos diferenciar o que cada item, que compõe cada dimensão quer expressar.

Um ambiente não-estruturado apresenta mobília confortável, materiais de educação artística disponíveis, caixas de brinquedos, entre outros. Um ambiente estruturado apresenta alunos em fila, proibições variadas por parte da professora, atividades restritas ou direcionadas, entre outras. Um ambiente aberto seria a sala de aula centrada no aluno; já o oposto, ou ambiente fechado, voltaria a atenção para a professora. Um ambiente simples ou complexo, por sua vez, apresenta tarefas disponíveis para os alunos em graus crescentes de facilidade e dificuldade. Um ambiente inclusivo ou exclusivo embasa-se na constituição de grupos de alunos para a execução de tarefas e a possibilidade de os alunos trabalharem sozinhos, sem intervenção notória da professora. Por fim, um ambiente móvel ou estático apresenta características de modificação da disposição das carteiras dos alunos em sala de aula, ora em círculos, ora agrupados em filas, ou até mesmo os alunos assentados ao chão para a execução de tarefas, em sua maioria, artísticas, de relaxamento, de contar histórias, entre outras (FRANK, 1999 *apud* CAVALCANTE; JUNIOR, 2005, p.50).

A escola Barão de Mauá está inserida em um ambiente *estruturado*, onde apresenta alunos com horários determinados, normas para uso das dependências e instalações, atividades restritas ou direcionadas, além de proibições variadas por parte do corpo docente e dos gestores. Segundo o autor, um ambiente *aberto* seria a sala de aula centrada no aluno, já o ambiente *fechado* voltaria a atenção para a professora. Na escola cenário para a pesquisa se aplica o ambiente fechado, onde em sala de aula todas as atenções dos alunos são voltadas para quem está ministrando a aula.

Ainda pela classificação do autor temos ambiente *simples ou complexo*, o qual apresenta tarefas disponíveis para os alunos em graus crescentes de facilidade e dificuldade e o ambiente *inclusivo ou exclusivo*, que se limita na constituição de grupos de alunos para a

execução de tarefas e a possibilidade dos alunos trabalharem sozinhos, sem intervenção notória da professora. A Barão de Mauá se adequa em ambiente complexo por conta do grau de dificuldade das tarefas ser crescente a medida que o ano letivo vai ocorrendo e também se caracteriza em ambiente inclusivo, já que os docentes das disciplinas lecionadas recorrem a trabalhos em grupo para estimular a apresentação oral em sala de aula.

Por fim, a última dimensão, ambiente *móvel ou estático*, que, respectivamente, apresenta características de modificação da disposição das carteiras dos alunos em sala de aula, ora em círculos, ora agrupado em filas, ou até mesmo os alunos assentados ao chão para a execução de tarefas, em sua maioria, artísticas, de relaxamento, de contar histórias, entre outras; e aquela estrutura de móveis que não se move. Na escola Barão de Mauá é mais corriqueiro o ambiente estático, mas na aula de Artes, por exemplo, um teatro é montado, onde os ‘atores’ ficam no centro da sala, enquanto os demais alunos (plateia) ficam ao redor sentados no chão.

As dimensões apresentadas demonstram a importância de se conhecer o ambiente onde será desenvolvida a pesquisa, já que as interpretações etnográficas partem da observação. Até porque o ambiente influencia no comportamento de seus participantes, da mesma forma que alguns desses também influenciam os demais. No caso da pesquisa, a influência é sofrida pelos alunos, professores e gestores.

Limitações do trabalho etnográfico

Na etnografia, primeiro deve-se identificar a comunidade a qual o pesquisador escolheu fazer seu estudo, entendê-la e só assim começar a se questionar e criar hipóteses. Dessa forma, as hipóteses irão emergir na medida em que a investigação avançar e, consequentemente, com a aproximação ao universo a ser pesquisado.

Para a presente pesquisa, a aproximação com o objeto de estudo – jovens estudantes do Colégio Estadual Barão de Mauá – foi previamente elaborado, por justamente se tratar de jovens, que são naturalmente arredios. Sendo assim, foi fundamental ganhar a confiança deles para que não se sentissem inquiridos ou acanhados de relatar sua rotina de acesso ao conteúdo

jornalístico por meio do uso do *smartphone*. Ou até mesmo permitissem a observação enquanto faziam uso do dispositivo móvel com acesso à internet.

Planejar esse passo possibilitou a interação entre pesquisador, pesquisado e o ambiente escolar sem constrangimentos, ruídos ou acontecimentos que impossibilitassem o fim da pesquisa. Visitas à escola para conversas informais com os alunos, com o corpo docente e com a equipe gestora facilitou ao pesquisador ficar conhecido para os presentes na escola, ao mesmo tempo em que quebrou a barreira do acanhamento e da estranheza, facilitando colher dados no momento das entrevistas.

Um pedido de consentimento direcionado aos pesquisados/entrevistados e à concordância institucional para a realização da pesquisa nas instalações da escola foi confeccionado previamente e devidamente assinado pelas partes interessadas. Esse tipo de documentação serve tanto para se resguardar, quanto para ter a clareza da ética na pesquisa desenvolvida.

A maior dificuldade para a realização dessa pesquisa foi a autorização dos pais dos alunos para a realização de coleta de dados em ambiente familiar. Pretendia-se fazer a correlação entre os ambientes durante o consumo de conteúdo jornalístico por parte dos jovens, que seriam os mesmos observados e entrevistados na escola Barão de Mauá. Para que assim pudéssemos ter a visão dos ambientes de vivência dos jovens e como esses interferem ou modificam os procedimentos de acesso às informações através dos meios digitais e tradicionais.

Contudo, esse segundo momento da pesquisa não foi realizado, justamente, pela negação dos pais para o desenvolvimento da pesquisa em suas residências. Assim, algumas hipóteses ficaram comprometidas em sua aplicação, pois tiveram que ser descartadas, já que a pesquisa não foi realizada e o comparativo de acesso em diferentes ambientes não foi possível. Da mesma forma que isso resultou em o problema central restringiu-se para um único local de convivência dos jovens.

Outra dificuldade encontrada foi a conexão à internet. Alguns alunos se queixavam que mesmo a escola disponibilizando o sinal de *Wi-Fi*, a velocidade para o transporte de dados era inversamente proporcional a quantidade de alunos que utilizam a conexão sem fio. Sendo assim, a pesquisa correu o risco de não ter público pesquisado, já que o foco é o acesso

às informações, através do *smartphone*. Essa questão, assim como as outras dificuldades serão melhores entendidas no último capítulo dessa dissertação, onde serão apresentados os resultados da pesquisa.

2.3 Definição e elaboração das técnicas e ferramentas de pesquisa

Para dar suporte ao método aplicado à pesquisa foram utilizadas as técnicas de entrevista e observação, sendo essa última segundo Lakatos e Marconi (2010), a técnica-chave da etnografia. Sobre a escolha das técnicas escolhidas para a coleta de dados para a pesquisa, justifica-se por se adequar à metodologia aplicada e recomendada para a etnografia.

Então, de forma resumida temos os conceitos das técnicas: a observação não participante, que consiste em o pesquisador ter contato com a sociedade ou grupo estudado, mas sem integrar-se. Ele permanece de fora e não participa, mas realiza a observação de maneira sistemática²⁴, ou seja, com preparação e planejamento. Já a entrevista semiaberta²⁵ não é rígida ao roteiro planejado, que geralmente não tem perguntas fechadas²⁶. O pesquisador pode explorar outras questões, que não tenham sido previstas e pode conduzir a entrevista em qualquer direção.

A grande vantagem da entrevista sobre outras técnicas é que ela permite a captação imediata e corrente da informação desejada, praticamente com qualquer tipo de informante e sobre os mais variados tópicos. Ela oferece também maior oportunidade para avaliar atitudes naquilo que é dito e como é dito: registro de reações, gestos, etc. Além disso, a entrevista oferece maior flexibilidade, podendo o entrevistador repetir ou esclarecer perguntas, formulando-as de maneira diferente; especificar algum significado, como garantia de estar sendo compreendido (LEITE, 2008, p. 103).

²⁴ “tem planejamento (plano de observação e categorização), é realizada em condições controladas para responder aos propósitos preestabelecidos – o pesquisador sabe quais os aspectos da comunidade ou do grupo que são significativos para alcançar os objetivos pretendidos.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 104).

²⁵ “Modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa. Ela “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante” (TRIVIÑOS, 1990, p. 146)” (DUARTE; BARROS, 2006, p. 66).

²⁶ “A lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle. As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista.” (DUARTE; BARROS, 2006, p. 66).

Apesar de Travancas (2007) defender o uso de questionários em pesquisa qualitativa, não foi o caso dessa pesquisa, pois a entrevista e a observação se mostraram mais adequadas para a realização da pesquisa com inspiração etnográfica. A autora que também realizou estudo etnográfico fez uso da técnica de questionários durante pesquisa com tema juventude e televisão, na cidade do Rio de Janeiro e os questionários passaram de mero instrumento de acesso ao grupo pesquisado para uma importante fonte de informação para a sua pesquisa. “Ao me deparar com os dados oriundos dos questionários, senti necessidade de analisá-los (...) como parte da própria pesquisa; certamente não a mais importante, mas nem por isso devendo ser desqualificada” (TRAVANCAS, 2007, p. 42).

Para aplicar as técnicas, as visitas à escola ocorreram sempre no turno da manhã, em dias não fixos, mas que totalizaram três dias por semana, no período de 07 de novembro a 20 de dezembro de 2016. As observações foram realizadas tanto durante as entrevistas, quanto em sala de aula (durante as aulas e em intervalos) e no pátio da escola, durante intervalos entre as aulas, ao mesmo tempo em que antes e após o início do turno de aulas, a fim de observar a chegada e saída dos alunos.

Já as entrevistas, sempre foram realizadas na biblioteca da instituição. Todas de forma individual e com o auxílio do gravador. Cada entrevista durou um tempo determinado, mas em média se tinha o tempo de 30 minutos. Somente um aluno foi entrevistado por duas vezes em dias diferentes e não consecutivos, pois a primeira entrevista foi interrompida por questões escolares, tendo assim que ser finalizada em outro momento. O resultado dos dados colhidos nesse período pode ser entendido no capítulo seguinte, da mesma forma que constatar se as hipóteses e o problema de pesquisa foram dirimidos ou não.

2.4 Recorte do objeto de pesquisa

O problema dessa pesquisa é entender como os jovens sergipanos acessam conteúdo jornalístico por meio do *smartphone*. Optamos por aplicar um levantamento de dados com inspiração do método etnográfico sobre o objeto a ser pesquisado: os jovens estudantes da escola Barão de Mauá. O intuito do método é conhecer melhor o estilo de vida ou a cultura específica de determinados grupos, que pode ser baseado na observação e entrevistas como realizado nessa pesquisa. Dessa forma, o problema pode ser solucionado ou não, a depender

dos resultados obtidos com a coleta de campo, os quais abrem a possibilidade de uma abordagem com mais profundidade e, conseqüentemente, descrever e interpretar o estilo de vida ou a cultura específica do grupo pesquisado.

A inspiração do método etnográfico condiz com o recorte do objeto de pesquisa por essa buscar resposta em um grupo específico da sociedade sobre um problema que atualmente se comprova de forma dedutiva, mas sem nenhuma profundidade para provar, ou não, uma possível mudança de hábito desse grupo em questão. Em outras palavras, busca-se através do método esclarecer se houve mudança quanto ao procedimento de acesso à informação – principalmente jornalística – realizado por um grupo de jovens estudantes, após a popularização das novas tecnologias com acesso à internet, mais especificamente, o *smartphone*.

Para tanto, foram observados e entrevistados alunos do 3º Ano do Ensino Médio da escola Barão de Mauá. A seleção dos entrevistados ocorreu na biblioteca da escola com o auxílio dos professores e de uma da coordenadora e integrante do Comitê Pedagógico, que indicaram os alunos de acordo com o comportamento e rendimento escolar. Entretanto, foi esclarecido previamente que o recorte necessitava de alunos com comportamentos diferentes, não somente alunos com ótimo rendimento escolar (ver Quadro 3). A métrica do aproveitamento escolar de cada aluno partiu da soma das medias das notas do 1º, 2º e 3º ano do Ensino Médio, seguida da retirada da media do resultado. A partir desse valor pode-se classificar com base na nota mínima para aprovação nas disciplinas (nota 5), o aproveitamento escolar nos parâmetros Regular (compreendeu media entre 5,0 e 6,9); Bom (entre 7,0 e 8,9); e Excelente (entre 9,0 e 10,0).

Como a pesquisa aplicou a técnica de observação direta não participante e entrevista semiaberta em profundidade, foi decidido fazer o recorte com um total de 10 alunos. Então, para facilitar a escolha dos entrevistados e acomodação dentro da biblioteca, propôs-se montar grupos de 10 alunos para que a proposta da pesquisa fosse apresentada e em seguida convidá-los a participar. A participação foi voluntária e para a surpresa, o primeiro grupo – com alunos do 3º A e do 3º B – aceitou participar da pesquisa. Assim, temos o perfil dos entrevistados:

Quadro 3 – Perfil dos alunos entrevistados²⁷ para a pesquisa de campo

ALUNO	PERFIL
1	Sexo: masculino Idade ²⁸ : 17 Data Nasc.: 08/03/1999 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Amarela Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom Frequência escolar: > 90%
2	Sexo: feminino Idade ²⁹ : 17 Data Nasc.: 14/01/1999 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Parda Deficiência: não possui (em fala escola informou que possui déficit cognitivo) Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: regular Frequência escolar: 100%
3	Sexo: masculino Idade: 18 Data Nasc.: 03/10/1998 Naturalidade: Penedo/AL Cor: Parda Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: regular Frequência escolar: > 90%
4	Sexo: feminino Idade: 18 Data Nasc.: 16/06/1998 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Parda

²⁷ Para essa pesquisa, a faixa etária dos jovens estudantes foi pensada a partir da reflexão comparativa quanto a importância dada ao jornalismo na vida adulta (após os 18 anos) em contrapartida a percepção dos jovens que estão na linha limite para essa fase, ou seja, prestes a iniciar a vida adulta. Até porque quando se é mais jovem a atenção e a busca por informações do formato pode não ter a mesma dedicação quando se é adulto. Lembramos que a coleta de dados se restringiu ao uso do dispositivo móvel ‘celular inteligente’ por este convergir diversas mídias, além da facilidade para o acesso à internet. Já a análise dos dados da pesquisa também esclareceu ‘o que’ os jovens consomem no âmbito jornalístico utilizando o *smartphone* e o ‘porque’ da escolha desse consumo.

²⁸ Refere-se à data no dia da entrevista. Entendemos que este aluno, embora não tivesse completado os 18 anos no dia da entrevista, pertencia de fato ao mesmo grupo e perfil dos demais entrevistados.

²⁹ Refere-se à data no dia da entrevista. Entendemos que este aluno, embora não tivesse completado os 18 anos no dia da entrevista, pertencia de fato ao mesmo grupo e perfil dos demais entrevistados.

	<p>Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2012 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom Frequência escolar: > 90%</p>
5	<p>Sexo: masculino Idade: 18 Data Nasc.: 17/05/1998 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Branca Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom Frequência escolar: > 90%</p>
6	<p>Sexo: feminino Idade: 18 Data Nasc.: 13/05/1998 Naturalidade: Boquim/SE Cor: Parda Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom Frequência escolar: > 90%</p>
7	<p>Sexo: feminino Idade³⁰: 17 Data Nasc.: 21/02/1999 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Parda Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2012 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: regular Frequência escolar: 100%</p>
8	<p>Sexo: feminino Idade³¹: 17 Data Nasc.: 15/02/1999 Naturalidade: Salvador/BA Cor: Parda Deficiência: não possui (existe laudo médico que comprova baixa acuidade visual e em fala escola informou que possui deficiência visual) Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2012 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom</p>

³⁰ Refere-se à data no dia da entrevista. Entendemos que este aluno, embora não tivesse completado os 18 anos no dia da entrevista, pertencia de fato ao mesmo grupo e perfil dos demais entrevistados.

³¹ Refere-se à data no dia da entrevista. Entendemos que este aluno, embora não tivesse completado os 18 anos no dia da entrevista, pertencia de fato ao mesmo grupo e perfil dos demais entrevistados.

	Frequência escolar: > 90%
9	Sexo: masculino Idade ³² : 17 Data Nasc.: 29/12/1998 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Parda Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2014 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: bom Frequência escolar: > 90%
10	Sexo: feminino Idade: 19 Data Nasc.: 11/05/1997 Naturalidade: Aracaju/SE Cor: Parda Deficiência: não possui Ano de ingresso na Barão de Mauá: 2015 Concluiu o Ensino Médio na Barão de Mauá: sim Aproveitamento escolar: regular Frequência escolar: > 90%

Fonte: elaborado pela autora

Durante as entrevistas com os jovens foi feito uso do gravador por não ser tão intimidador quanto o bloco de anotações, pois o gravador ficava sobre a mesa enquanto gravava a entrevista e logo deixava de ser notado pelo entrevistado. O bloco de anotações pode causar curiosidade e certo incomodo por quem “conversa” com o pesquisador por achar que o tempo inteiro está sendo julgado com as anotações frenéticas.

O gravador inicialmente causa incomodo sobre a mesma perspectiva que bloquinho de anotações causa, mas o gravador após algum tempo de entrevista já não é mais percebido pelo entrevistado, o que torna a coleta de dados mais natural. Entretanto, o bloquinho de anotações não foi inteiramente descartado da fase de coleta de dados. Ele foi utilizado durante as observações e suas anotações serviram como base para produzir o caderno de campo, onde uma espécie de relato foi destrinchada sobre as visitas à escola.

Para direcionar as entrevistas foram construídas hipóteses para se ter como guia. Processo que segundo Lakatos e Marconi (2010) não se deve ter previamente, por isso nessa pesquisa as hipóteses foram criadas durante o processo de coleta de dados (ver Quadro 4).

³² Refere-se à data no dia da entrevista. Entendemos que este aluno, embora não tivesse completado os 18 anos no dia da entrevista, pertencia de fato ao mesmo grupo e perfil dos demais entrevistados.

“Na prática frequentemente não se devem estipular antecipadamente hipóteses e categorias. (...) pode prejudicar a descoberta dos significados” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p, 94). A idéia da criação de hipóteses foi concebida para que elas resultassem em questões que pudessem ser respondidas, ou não, e consequentemente esclarecer a problemática de pesquisa. Ou seja, a partir das perguntas feitas aos entrevistados surgiram direcionamentos para solucionar como os jovens acessam conteúdo jornalístico por meio do *smartphone*. Sendo assim, os dados coletados e que, posteriormente, foram sistematizados em categorias (Quadro 4), elucidaram tais questões com um olhar mais atento às inquietações que envolvem os jovens no seu cotidiano escolar, sendo observado como dito anteriormente a interação entre eles, o *smartphone* e o produto jornalístico.

Quadro 4 – Hipóteses e Categorias de análise

Hipóteses	Categorias	Pontos analisados
A escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – <i>smartphone</i> – para fins educativos e informativos	Ambientes e condições de acesso	<ul style="list-style-type: none"> Lugar físico; lugar de convivência; infra-estrutura: rede, dispositivo; disponibilidade de acesso: diário, ligado a lugar específico
Os jovens utilizam o <i>smartphone</i> como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação	Consumo midiático	<ul style="list-style-type: none"> Como (modos e procedimentos de consumo) O que (produtos e conteúdos) Hábito no uso do celular (o que lê e o que não lê; periodicidade; assuntos) Consumo compartilhado, individualizado ou compartilhado e individualizado
	Plataformas	<ul style="list-style-type: none"> App; site; redes sociais digitais
Os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia	Tipos de produtos jornalísticos	<ul style="list-style-type: none"> Formato (texto, linguagem, vídeos, imagens) Conteúdos/gênero (notícia, reportagem, editorial, colunas) Busca por novos conteúdos
	Formas de leitura	<ul style="list-style-type: none"> Leitor imersivo ou usuário da Rede
As novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam	Jovens como produtores de conteúdo jornalístico	<ul style="list-style-type: none"> Interação e produção de conteúdo (o jovem se entende como colaborador/leitor/coprodutor)
	Apropriação e	<ul style="list-style-type: none"> Reflexão

	utilização do conteúdo jornalístico	<ul style="list-style-type: none"> • Inserção na vida/cotidiano
	Compartilhamento de conteúdo jornalístico	<ul style="list-style-type: none"> • Espalhamento midiático: modos de compartilhamento; para onde e como compartilha; as razões; como chegou ao conteúdo que compartilha
Em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet	Confiança e concepção do jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Veracidade atribuída à instituição, fonte (personagens), jornalista • Informativo, relato, documental, reflexivo
	Reconhecimento de produtos/conteúdos dos jornalísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem e forma • Conteúdo (<i>lead</i>, imparcialidade, vozes) • O que é ou não produto jornalístico
O ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística	Motivação para o acesso	<ul style="list-style-type: none"> • Informação; repercussão do dia; novidade; interação social; passatempo

Fonte: elaborado pela autora

Foram pensadas hipóteses para trabalhar o ambiente familiar, mas, por conta da não realização da pesquisa nesse ambiente, as hipóteses foram descartadas. Lembrando que a pesquisa em ambiente familiar estava como uma das etapas de pesquisa, mas não foi possível realizá-la como esclarecido anteriormente neste capítulo, mais especificamente no tópico ‘Limitações do trabalho etnográfico’.

Capítulo 3: Os jovens e o jornalismo móvel no ambiente escolar

O trabalho investigativo desta dissertação caminhou para compreender a relação entre os jovens e o jornalismo considerando a influência de um determinado dispositivo tecnológico digital, o *smartphone*, como recurso de acesso, leitura e interação social. Jovens esses que frequentavam o último ano do Colégio Estadual Barão de Mauá, onde a pesquisa se desenvolveu nos meses finais de 2016. A questão principal para entender essa relação é “como eles consomem o produto jornalístico?”, lembrando que a pesquisa restringiu ao *smartphone* o meio para tal acesso para buscar entender o impacto desta ferramenta neste cotidiano de leitura. Contudo, outros aspectos também foram observados durante as entrevistas, sempre tendo como guia as hipóteses descritas no capítulo anterior. Por ter sido uma pesquisa em ambiente escolar, os aspectos que surgiram e complementaram as hipóteses foram organizados em categorias (Quadro 4), ressaltando a influência da escola, dos professores e do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) no processo de acesso à informação por meio do *smartphone*.

Dessa forma, a questão principal do “como” também fica atrelada ao entendimento sobre as práticas de leituras e nos leva a refletir se, após o advento tecnológico, com a facilidade da convergência midiática e cultural, qual o tipo de leitor os jovens entrevistados se mostraram: leitores imersivos em conteúdos jornalísticos ou meros usuários inseridos no ciberespaço. Santaella (2004) expõe a diferença entre os dois. Para ela, o usuário de internet tem apenas um contato superficial com o que está à sua frente (na tela). Já o leitor imersivo aprofunda-se no texto e busca contextualizar as informações com outras fontes, além de aguçar sua percepção quanto ao produto hipermidiático que consome.

Os dados apresentados e analisados a seguir buscam enfrentar esse desafio de compreensão dos processos de leitura de jovens sobre conteúdos jornalísticos acessíveis via *smartphone*. A escola foi o ambiente escolhido por apresentar, além de uma concentração de faixa etária no perfil de jovens buscados pela pesquisa (em torno da idade de 18 anos), condições de estímulo à leitura e ao conhecimento do mundo, bem como à formação continuada de cidadãos em direção à vida adulta, para os quais os conteúdos jornalísticos são essenciais. Foi neste ambiente escolar que executamos a coleta da praticamente todos os

dados que nos levaram aos testes das hipóteses expressas no Quadro 4, cujas análises encontram-se na segunda parte deste capítulo.

3.1 O ambiente escolar

O ambiente para a pesquisa foi o Colégio Estadual Barão de Mauá, localizado no bairro Orlando Dantas, na cidade de Aracaju/SE (Figura 1). A estrutura da escola apresenta, nas áreas comuns, uma quadra poliesportiva, onde o acesso é restrito aos alunos (entrada e saída controlada por portões); uma cantina (Figura 2); uma biblioteca com estantes, livros, jornais e revistas, quatro mesas redondas e cadeiras utilizadas para leitura dos alunos, além de ar-condicionado e quadro-negro (Figura 3); um Laboratório de Informática com computadores com conexão à internet (Figura 4); rede *Wi-Fi* aberta aos alunos em horários e situações específicas, como intervalo entre as aulas; uma sala de vídeo (Figura 5), onde algumas aulas são ministradas, por isso ela é equipada com TV, DVD, carteiras escolares e quadro-negro; dois banheiros no pátio para os alunos; um pequeno bebedouro no pátio (Figura 6).

Figura 1: Colégio Estadual Barão de Mauá, Aracaju-SE



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 2: cantina da escola



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 3: biblioteca da escola



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 4: Laboratório de Informática



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 5: porta sala de vídeo



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 6: bebedouro com entradas dos banheiros ao fundo



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Na área para gestores e docentes da escola estão disponíveis cinco salas:

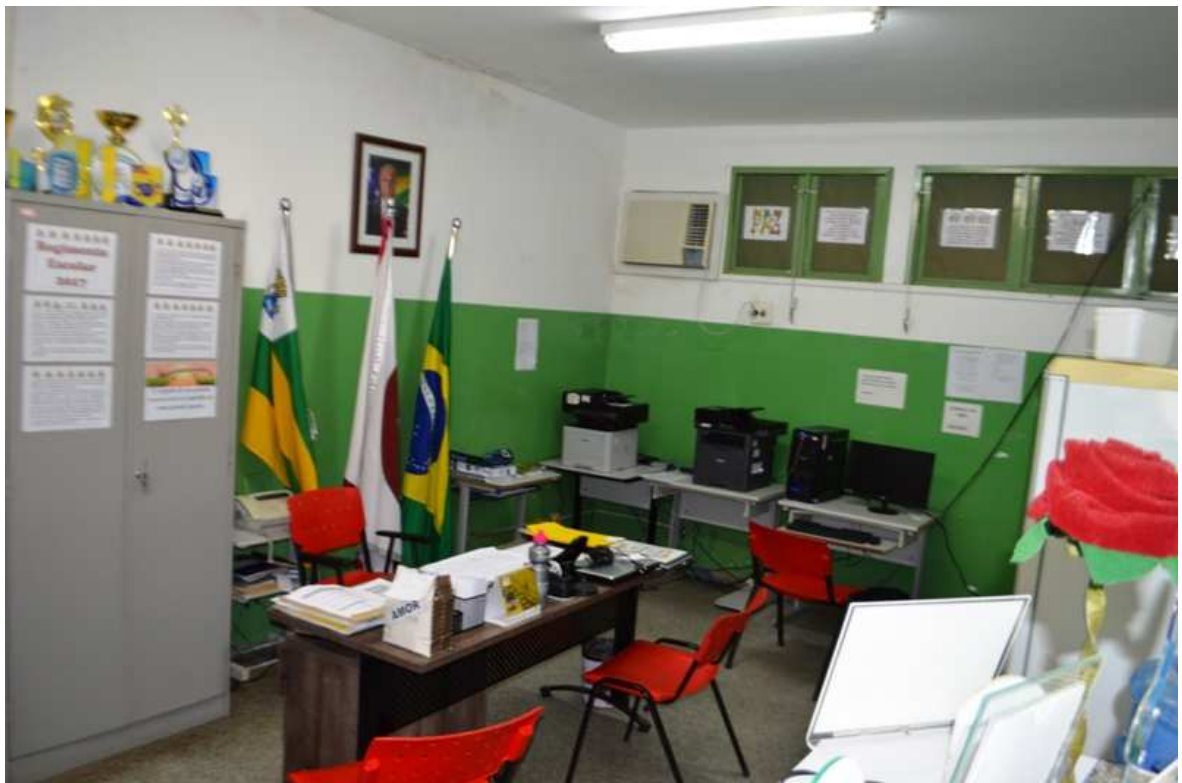
- a) um ambiente onde funciona a secretaria da escola, com cinco mesas e uma cadeira em cada, quatro armários onde estão as fichas escolares dos alunos, um relógio de parede, um computador de mesa e um interruptor que aciona a sirene da escola (Figura 7);
- b) uma sala para a diretoria com duas mesas e cadeiras, um computador, duas impressoras, três bandeiras, uma geladeira, dois armários (Figura 8);
- c) uma sala para a coordenação com quatro estantes, mesa, cadeiras e um computador (Figura 9);
- d) uma sala para os professores com mesa ao centro com cadeiras, armários, mesinha com garrafa térmica para café, um filtro fixado a parede, um quadro de avisos e horários, um armário e um banheiro para os professores (Figura 10);
- e) uma sala utilizada para o Comitê Pedagógico com duas mesas e uma cadeira em cada, um armário, um sofá, uma mesinha com computador, um relógio de parede e um bebedouro (Figura 11).

Figura 7: sala da secretaria da escola Barão de Mauá



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 8: sala da diretoria da escola



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 9: sala da coordenação da escola



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 10: sala dos professores



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 11: sala do Comitê Pedagógico da Barão de Mauá



Fonte: elaborado pela autora, 2017

As salas de aulas e o pátio são separados das salas dos professores, sala da diretoria, sala da secretaria e sala do Comitê Pedagógico por um pequeno jardim e portão, controlado por porteiro para a entrada e saída entre os ambientes. O mesmo porteiro também controla a entrada e saída de todos da escola em outro portão, que delimita o prédio da escola com o estacionamento, onde veículos dos gestores e professores ficam durante o funcionamento da escola (Figura 12). Esse estacionamento é cercado por muro e um portão, que sempre fica aberto.

Figura 12: portão que separa a escola do estacionamento



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Existem, no *hall*, alguns murais com divulgações de atividades desenvolvidas pelos alunos e corpo docente da escola. O pátio possui luzes fluorescentes e bancos de cimento distribuídos as margens da área coberta (Figuras 13 e 14). Esta fica ao centro como uma ilha e ao seu redor existem corredores sem cobertura (Figura 15). Paralelos a esses corredores estão localizadas as salas de aula, que possuem luzes fluorescentes, forro em PVC, ventiladores (somente uma sala possui ar-condicionado – 3º Ano B), carteiras com *design* e materiais diferentes, quadro com disposição metade para pincel e metade para giz (Figura 16 e 17). Os professores também utilizam recursos multimídias, como data show e realizam as projeções na metade destinada ao quadro para pincel.

Figura 13: pátio da escola



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 14: pátio do colégio



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 15: corredores



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 16: sala de aula 3º ano B



Fonte: elaborado pela autora, 2017

Figura 17: sala de aula 3º ano A



Fonte: elaborado pela autora, 2017

A Barão de Mauá possui 12 salas de aula, que são ocupadas em três turnos. Contudo, o objeto de pesquisa contemplou os estudantes dos 3º anos do turno da manhã. Vale ressaltar que gestores e corpo docente também foram entrevistados e observados. No quadro de funcionários além do corpo docente e equipe gestora, a escola também conta com porteiro e servente.

Os alunos dos 3º anos cumprem grade curricular com 15 disciplinas, distribuídas de segunda a sexta-feira, em escala de seis aulas por dia, sendo que cada horário de aula tem 50 min. O turno da manhã vai das 7h às 12h30, com intervalo de 20 minutos (entre 9h40 – 10h). A escola não oferece atividades ou estímulos para que os alunos frequentem outro turno. Apenas oferece modalidades esportivas, como judô e futsal para quem se interessar, mas essas não fazem parte da grade curricular da escola.

3.2 O olhar dos gestores e docentes da escola Barão de Mauá sobre as TICs e Educação

Para entender a dinâmica da escola quanto a sua gestão e métodos didáticos utilizados em sala foram entrevistados: a coordenadora da instituição, o diretor e cinco professores (Português, Biologia, Filosofia, Sociologia e Geografia)³³, que ministram aula na série 3º Ano do Ensino Médio. O intuito maior das entrevistas foi compreender a influência dos entrevistados sobre o comportamento dos jovens – público-alvo da pesquisa – e verificar se o uso das novas tecnologias com acesso à internet está nas práticas escolares.

As entrevistas ocorreram individualmente em salas distintas. O coordenador e a diretora, cada um em sua respectiva sala e os professores em sala vizinha a sala dos professores, por ter sido um local sem muita movimentação de funcionários e alunos. Um adendo quanto às entrevistas com os gestores: durante a realização dessas, pequenas interrupções ocorriam a fim de dirimir demandas escolares.

A coordenadora da escola analisa o uso do celular pelos alunos em ambiente escolar como uma extensão das atividades estudantis. Pois, segundo ela, os professores utilizam a interdisciplinaridade para ministrar as aulas e a internet se torna uma ferramenta para busca de conhecimento que somem às disciplinas e atividades afins. A coordenadora também ressaltou o uso do celular com acesso à internet, principalmente com o sinal *Wi-Fi* da escola, para o lazer e pesquisa pessoais realizados pelos alunos. Contudo, afirmou que os professores utilizam a ferramenta em ambiente escolar apenas como fonte de pesquisa.

Essa disponibilidade de uso de dispositivos para consulta à internet em ambiente escolar, manifestada pela coordenada, é semelhante aos dados nacionais divulgados pela pesquisa TIC Educação 2015³⁴ divulgada em 2016 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – Cetic.br. Dados que demonstram a mudança em relação ao uso e estímulo das Tecnologias da

³³ Para preservar a identidade dos entrevistados, não citamos seus nomes, mas os identificamos como diretor, coordenadora, professora de Português, professora de Biologia, professor de Filosofia, professor de Sociologia e professor de Geografia.

³⁴ A TIC Educação 2015 tem como objetivo identificar usos e apropriações das Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) nas escolas brasileiras por meio da prática pedagógica e da gestão escolar e, assim, acompanhar possíveis mudanças na dinâmica escolar decorrentes desses usos. Para tanto, a população-alvo do estudo é composta pelas escolas públicas (estaduais e municipais) e particulares em atividade, localizadas em áreas urbanas do Brasil e que oferecem ensino na modalidade regular nos dois níveis: fundamental e médio. A coleta de dados nas escolas foi realizada entre os meses de setembro e dezembro de 2015 e realizadas entrevistas em 1.063 escolas e fixou-se em 10 o número de alunos a serem entrevistados em cada série em cada uma das escolas.

Informação e Comunicação (TICs) em ambiente escolar, assim como os impactos na Educação do país.

Os resultados da TIC Educação 2015 demonstraram, além de outros assuntos, o acesso à internet pelo celular realizado tanto por professores quanto por alunos em ambiente escolar. O percentual de professores que fazem uso do aparelho subiu quase 20%, comparado a última edição da pesquisa, que apontava 66%. Já para os estudantes o crescimento foi de seis pontos percentuais e passou de 72% para 78%.

O mais interessante desta pesquisa foi o resultado revelar que os professores começaram a incorporar as tecnologias móveis para auxiliar as atividades pedagógicas. O uso da internet no celular para ações de ensino e aprendizagem foi mencionado por 39% dos professores entrevistados: 36% de escolas públicas e 46% de escolas privadas. A TIC Educação 2015 aponta ainda os números do uso de outros dispositivos móveis: 46% dos professores levaram o próprio computador portátil à escola para a realização de atividades de gestão escolar e pedagógicas, enquanto 14% deslocaram seu próprio *tablet*.

Na Barão de Mauá essa proatividade dos professores revelada pela pesquisa TIC Educação 2015 também foi comprovada. No dia da entrevista com a coordenadora da escola, os alunos finalizavam com o auxílio do computador e dos professores, projeto sobre identidade cultural, literatura, matemática e escola sustentável. O projeto concorreu à premiação juntamente com projetos de outras escolas estaduais da capital em evento realizado anualmente para fins de inovação e pesquisa escolar. O fato comprova o trabalho da interdisciplinaridade realizado pela escola, além da disponibilidade e possível uso da internet pelos alunos e professores para as atividades escolares.

Ainda com relação ao uso do computador e da internet para ações pedagógicas, a TIC Educação 2015 mostra que 73% dos professores o fizeram em ao menos uma das atividades com os alunos que são investigados pela pesquisa (resultado que foi de 70% entre professores das escolas públicas e 84% das escolas privadas). As práticas mais citadas foram: pedir aos alunos a realização de trabalhos sobre temas específicos (59%), solicitar trabalhos em grupo (54%), dar aulas expositivas (52%) e solicitar a realização de exercícios (50%).

3.2.1 Infraestrutura para as Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas

Alguns pontos específicos sobre a infraestrutura das TICs nas escolas serão apresentados neste tópico. Para tanto, relacionamos dados da pesquisa TIC Educação 2015 com as informações encontradas no Colégio Estadual Barão de Mauá. Dessa forma, percebermos através dos olhares da equipe gestora (coordenadora e diretor) e de alguns professores a realidade acerca do uso e restrição do sinal *Wi-Fi* na instituição, assim como a disponibilidade desse para as práticas pedagógicas, a disposição dos equipamentos e sinal na sala de Informática da escola.

a) O alcance do sinal de *Wi-Fi*

O sinal de *Wi-Fi* nas escolas de Sergipe é uma realidade ainda em curso, já que a implantação do sinal é meta da Secretaria de Estado da Educação (Seed), através do Programa Banda Larga nas Escolas (PBLE), o qual está no planejamento estratégico para o quadriênio 2015-2018 de Sergipe. A coordenadora da Barão de Mauá esclareceu que a implantação do sinal da escola ocorreu no início do Programa, que tem por objetivo disponibilizar internet em todas as unidades de ensino como meio de viabilizar a comunicação entre diretoria, secretaria e escola, como no uso do email institucional, no portal de matrícula escolar e na alimentação do Siga (Sistema Integrado de Gestão Acadêmica). Segundo a coordenadora, a internet disponibilizada aos alunos chega por meio da estrutura do Laboratório de Informática e pelo sinal de *Wi-Fi*. “O sinal se estendeu aos alunos porque muitos não têm internet e nem computador em casa, o sinal aberto facilita a pesquisa deles quando necessária”.

Ainda sobre o uso do *Wi-Fi* pelos alunos, a coordenadora do Colégio Estadual Barão de Mauá explica que existe um controle para definir o alcance do sinal, que não abrange as salas de aula, somente é possível captar o sinal próximo às salas dos professores e da gestão. Nesse ponto existe uma controvérsia: os alunos são estimulados a fazer pesquisas com o uso da internet, que contribuam nas atividades escolares, mas não podem fazer isso em sala de aula. A coordenadora afirmou que o Laboratório de Informática é equipado com computadores com acesso à internet e que o sinal de rede *Wi-Fi* é restrito para determinadas áreas por medida de precaução, a fim de que os jovens não fiquem distraídos durante as aulas.

“Os jovens só ficam [na área com sinal *Wi-Fi*] se for para pesquisa, mas por vezes para uso particular antes de entrar em sala. O diretor da escola foi em todas as salas de aula apresentar as regras nesse espaço. A regra não é do uso, mas do espaço onde utilizar” (coordenadora, 2016).

O diretor da escola Barão de Mauá reforçou o já mencionado pela coordenadora quanto ao uso do celular pelos jovens enquanto estão na escola. Proíbe o uso do dispositivo móvel durante a aula ou quando o professor não autoriza e só é permitido o uso para alguma pesquisa em sala de aula ou quando os professores autorizam. O diretor acrescentou que as regras para o uso do *smartphone* nas instalações da escola são claras e repassadas desde o momento da matrícula, tanto para os alunos quanto para seus responsáveis, assim como existem informes no quadro de aviso no *hall* da instituição. “Não liberamos o sinal do *Wi-Fi* 100%. No intervalo eles vão para as áreas da escola onde o sinal é melhor. O *Wi-Fi* só pode ser usado no intervalo ou em momento de pesquisa em sala de aula. Se liberar o sinal em 100% os alunos não querem assistir aula” (diretor, 2016). A entrevista com o diretor foi interrompida por alguns minutos. A coordenadora da escola solicitou ao diretor a liberação do sinal da internet para uma determinada linha de computadores. Mais uma constatação do controle do sinal de internet dentro da escola.

Esta opção por ter o sinal *Wi-Fi* disponível em alguns pontos específicos da escola, mas não nas salas de aula, é confirmada pela pesquisa TIC Educação 2015, quando trata da infraestrutura nas instituições de ensino brasileiras. Os dados mostraram que 93% das escolas públicas de áreas urbanas possuíam algum acesso à internet, enquanto a conexão à rede está universalizada nas escolas privadas. Na sala de aula, no entanto, o acesso à internet estava disponível em 43% das públicas e em 72% das privadas. No que se refere apenas ao uso de internet, o número de professores de escolas públicas que utilizaram o Laboratório de Informática foi maior (35%) do que o daqueles que usaram a Internet na sala de aula (23%). Entre os professores de escolas privadas, há uma situação inversa: a utilização da internet na sala (50%) superou o uso no Laboratório de Informática (29%).

Já o dado que contempla o uso da internet na sala de aula também foi reforçado pela presença marcante das redes sem fio: 84% das escolas públicas e 94% das privadas com acesso à internet possuíam internet sem fio (*Wi-Fi*), apontou a pesquisa nacional citada anteriormente. Entre as públicas, apenas 22% permitiram o uso da rede sem fio pelos alunos, enquanto 62% restringiram esse uso. Nas escolas privadas foi menor o percentual de

instituições que restringem o uso do *Wi-Fi* (58%) e contra (35%), que permite o acesso aos alunos. O que reforça o estabelecido pela equipe gestora da escola pública Barão de Mauá, ambiente de pesquisa deste trabalho.

O professor de Geografia apoia a escola quanto a restrição do sinal *Wi-Fi* para as salas de aula. Para ele, o uso inadequado dos celulares em aula atrapalha a concentração na aula. “Então não havendo o *Wi-Fi* em sala tenho o entendimento, que evitaria o acesso dos alunos à internet durante a aula. Se você está na aula e ela não te atrai por qualquer motivo, vai olhar a internet e a aula que fique para outra hora” (professor de Geografia, 2016). Apesar da observação do professor, ele acredita que futuramente será natural o celular fazer parte das aulas. Para ele, se a atividade for planejada e bem executada, não há nenhum problema quanto ao uso do celular para a aquisição do conhecimento.

O professor de Filosofia criticou a restrição do alcance do sinal de *Wi-Fi* para uso em sala de aula e, conseqüentemente, para os alunos. Para ele, por mais que o uso dos *smartphones* traga problemas para os professores, para as disciplinas e para a sala de aula, tem que ter o sinal de *Wi-Fi* aberto para os alunos. “O uso e a conduta diante do uso em sala de aula ou fora de aula é uma coisa que nós temos que regulamentar disciplinarmente. Mas que tem que ter o acesso, isso é claro como a luz do sol” (professor de Filosofia, 2016).

A professora de Português também foi enfática ao discordar da postura da escola em limitar o alcance do sinal do *Wi-Fi* para a sala de aula e na proibição do uso do celular em sala de aula “para o aluno não perder o foco”. Para ela, o uso é essencial para a interação em sala com o aprendizado, mas ressalva que os alunos utilizam a internet própria para acesso inadequado durante as aulas. “Há momentos de pesquisa e que precisamos de significados, mas o sinal não chega até as salas de aula. Quando o aluno tem internet utilizam para comunicação em rede (*Facebook*, *WhatsApp* e mensagem)” (professora de Português, 2016). Apesar da crítica à escola e achar a tecnologia uma ferramenta de comunicação maravilhosa, disse que ao ver algum aluno fazendo uso do *smartphone* em sala, pede para que o faça durante o intervalo entre as aulas.

A coordenadora da Barão de Mauá foi enérgica ao dizer que não há proibição do uso do celular na escola, desde que não seja dentro da sala de aula. Ela ainda disse que os professores conversam muito com os alunos sobre o uso do celular e internet nas instalações da instituição e que cada docente impõe as regras em sala a depender de sua metodologia,

como deixar o celular no modo vibrar. “Quando querem usar a internet para a pesquisa vão para o Laboratório de Informática. Quando usam em sala de aula é mais a internet particular” (coordenadora, 2016).

Quanto à existência de planejamento para uso da internet junto com os professores para que o sinal do *Wi-Fi* fosse liberado em determinados momentos a fim de realizar dinâmicas dentro da sala de aula, o diretor da Barão de Mauá foi sucinto ao dizer que o planejamento se resume ao uso somente para interesse escolar, de forma contrária é proibido. “Flagro o uso e pergunto ao professor se foi permitido. Chamo o aluno para orientar, não para punir. Puno se reincidir mais de três vezes. Porque quando o responsável reclamar do desempenho, apresento o comportamento do aluno” (diretor, 2016).

A professora de Biologia ainda revelou que não tem acesso ao sinal de *Wi-Fi* da escola, mas que sabe que a internet sem fio existe e com muitas falhas na operacionalização. “Mês passado [novembro/2016] passei atividade em sala e alguns diziam que não sabiam o significado de algumas palavras. Orientei buscar o significado com o celular e 90% dos alunos disseram que não iriam gastar a internet do celular para pesquisa da escola”.

b) O uso acadêmico da pesquisa na internet

O uso da internet para fins acadêmicos é estimulado na escola Barão de Mauá de duas formas. Primeira, em sala de aula apenas de forma informativa para conscientização da importância do elo, mas na prática não há uso, pois, o sinal não chega até as salas. O uso somente ocorre se o aluno utilizar o próprio pacote de dados do dispositivo móvel. A segunda forma, a teoria sobre estímulo e incentivo se aplica apenas no Laboratório de Informática, lá o aluno pode de fato realizar pesquisas acadêmicas oriundas das demandas de cada disciplina.

Desta feita, durante a pesquisa desenvolvida na escola a prática do uso da internet foi revelada. Professores se desdobram para proporcionar o elo entre as práticas pedagógicas e acesso à internet, apesar da restrição de uso imposto pela equipe gestora. Contudo nem todos os professores são proativos, apesar de concordarem que a internet deve estar presente na didática escolar, assim como no cotidiano pedagógico. Esses professores, apenas aguardam uma ação mais concreta da escola para colocar em prática o que teorizam.

A pesquisa TIC Educação 2015 também ressaltou a troca, entre profissionais, de experiências sobre o uso das TIC em atividades de ensino e aprendizagem, 95% dos professores usuários de internet disseram que fazem uso de recursos obtidos na internet por motivação própria, enquanto 63% citaram os colegas ou outros educadores como fontes de motivação. Esses dados sugerem que, na agenda de formação de professores no contexto da cultura digital, a mediação realizada por pares merece maior atenção e pode ser uma forma de facilitar a aproximação dos docentes com as TIC. É necessário considerar o próprio professor enquanto um multiplicador na escola.

A professora de Biologia da Barão de Mauá destacou que os alunos também são essenciais no momento da manipulação do aparelho celular, pois explicam como desenvolver algumas tarefas nele, quando a professora não possui tanta destreza e conhecimento na manipulação do dispositivo móvel. “Não tenho muita afinidade com a tecnologia, ainda existe uma barreira. A geração deles mexe e sabe tudo”, (professora de Biologia, 2016). Entretanto, a professora apontou que o intuito dos jovens com o celular é basicamente demonstrar a posse do aparelho, mas que a pesquisa por meio dele também exista, embora seja muito pouca. “No início isso me incomodava, lutava, mandava guardar o celular, mas eles sempre arranjavam um jeito de utilizar. Hoje não me incomoda, se quiser prestar atenção na aula, presta, não quer, não me perturba mais” (professora de Biologia, 2016).

O professor de Sociologia percebe que, infelizmente, a maioria dos alunos usa o *smartphone* de forma displicente e que não atrela nada para o dia a dia deles. “A gente orienta, mas percebo que os que ficam acessando em sala de aula têm rendimento muito fraco” (professor de Sociologia, 2016). Contudo, o professor disse que existe conversa com os alunos sobre o uso adequado do dispositivo móvel e que a mídia e tecnologia da informação foram feitas para ajudar e não para atrapalhar o aprendizado.

Quanto a conscientização sobre o *smartphone* como ferramenta para fins didáticos, a professora de Biologia disse que orienta aos alunos a fazerem pesquisas e buscarem informações pelo celular como um recurso didático e que não serve apenas para registrar *selfie*. Contudo, reconhece que ainda é preciso mais conscientização quanto ao uso adequado do dispositivo móvel. “Eles pegam o celular para ficar nas redes sociais. Muitas vezes parei a aula porque estavam fazendo *selfie*”. Apesar da realidade vivida em sala de aula, a professora acredita que essa tecnologia é o caminho para a nova metodologia de ensino. “Acho que ajudará muito aos professores. A tecnologia vem para ajudar, mas tem o lado positivo e

negativo. Contudo, como eles estão interagindo com a tecnologia 24 horas por dia, acho que trará mais o lado positivo que o negativo” (professora de Biologia, 2016).

Para o professor de Sociologia, o próprio material didático proporciona certo estímulo ao aluno para a pesquisa de novas informações. Ele informou que na parte final de cada capítulo do livro didático há indicações de sites para melhorar o aprendizado. “Vai mesmo do interesse deles procurar novas informações. Aqui tem *Wi-Fi*, mas é restrito, por isso em sala não tem acesso. O sinal de internet também é ruim” (professor de Sociologia, 2016).

O professor de Geografia orienta aos alunos a realizarem o uso do *smartphone* para acumular conhecimento utilizável para o cotidiano e para a vida deles, e que assim possam melhorar sua realidade. Ele também busca indicar sites que conversem com os assuntos expostos em sala de aula, assim o aluno poderá buscar informações complementares ou suplementares em relação ao que é discutido em aula.

O professor de Filosofia estimula o pensamento crítico de seus alunos. Segundo ele, os jovens utilizam bastante o site *Facebook* para expressar o que pensam e por vezes compartilham – “pegam carona” – a partir das suas postagens. Contudo, sempre reforça em sala de aula que o que está em suas redes sociais é opinião dele e que os alunos devem formar a própria.

Já durante o uso dentro da escola em atividades coletivas, o professor de Filosofia disse acreditar no protagonismo juvenil, pois são os alunos que fazem o trabalho, enquanto ele apenas monitora a qualidade da informação, se é confiável ou não. “Então, eu monitoro se eles estão em um site oficial ou não oficial, se é um site de imprensa bastante conhecido, se estão em blog que apareceu agora. Sempre tem a questão da credibilidade da informação”. Apesar de incentivar o uso das novas tecnologias, o professor levanta a questão da não leitura de livros por jovens. Segundo ele, é uma realidade preocupante e por isso sempre exige que nos trabalhos escolares os alunos citem ao menos um livro.

A professora de Português concorda que a tendência é introduzir o uso dessa tecnologia como parte da didática escolar, mas que até a chegada desse momento, os alunos irão fazer uso, independente se é proibido ou permitido. Para ela, a criação de uma perspectiva de aula poderia ser mais fácil se tivesse uma sala apropriada para o uso da tecnologia com dispositivos móveis inteligentes conectados a internet. “Por exemplo,

português há exercícios e atividades online, não podemos fazer porque não temos acesso” (professora de Português, 2016).

3.2.2 Incentivo à TIC em ambiente escolar

A disseminação das plataformas como rádio, TV, impressos, online e dispositivos móveis (*laptop, tablets, iPad, smartphones*, entre outros) com conexão à internet maximizou o potencial de acesso, criação e circulação da informação na sociedade contemporânea. O ambiente escolar também está inserido nesse contexto, então nada mais natural que as práticas pedagógicas se renovem e iniciar a utilização das novas tecnologias como ferramenta didática, a fim de integrar o aluno com o ensino. A cultura digital em ambiente escolar transforma o modo de interação entre os jovens e professores, assim como na participação nas atividades pedagógicas.

No contexto dos debates internacionais, a educação é um dos 17 objetivos da Agenda 2030 do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, adotada também pelo Brasil. Nessa agenda, a educação é considerada o meio indispensável para que os indivíduos possam desenvolver as suas capacidades e maximizar as possibilidades de aprender, produzir e criar no contexto da sociedade da informação e do conhecimento. O objetivo 4 da Agenda 2030 é o de garantir a educação inclusiva, equitativa e de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos – desafios que, sem dúvida, podem ser enfrentados a partir da adoção das TIC como fonte de acesso à informação e ferramenta pedagógica (TIC Educação 2015, 2016, p. 28).

Para Firmino (2013), as plataformas móveis expandiram a miniaturização computacional e aplicações originadas em dispositivos para atender as necessidades da atual sociedade. Nesse contexto está a escola e o desafio das práticas pedagógicas em se associar à internet e às plataformas digitais.

No Colégio Estadual Barão de Mauá as indicações de plataformas para o aluno buscar informações são realizadas, segundo a coordenadora da instituição, pelo que mais convém a cada professor e que parte muito da área que cada um leciona. Ela chamou a atenção para o incentivo a busca por conteúdo jornalístico quando se trata de alunos que estão no último ano da escola e prestes a realizar o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). A coordenadora informou que o incentivo é realizado pessoalmente em sala de aula, a medida que informações

de interesse dos jovens, principalmente sobre o Enem (plataforma do MEC e o InfoEnem), são divulgadas na mídia. Ela disse ainda que quando os gestores não podem ir realizar o comunicado, a informação é repassada aos professores para que sejam intermediadores até os alunos, tanto para a informação quanto para o local de divulgação: site, TV, rádio, etc.

Já o diretor da escola percebe o simples acesso ao conteúdo jornalístico pelos jovens, em nível superficial, como algo inicial. Para ele, toda forma de informação é válida e disse que pensa em levar para a escola profissionais da área, como jornalistas, para esclarecer aos alunos não só questões como a importância de se manter informado, mas também da profissão e do compromisso com a verdade. Ele ainda ressaltou que é importante chamar a atenção do aluno para o exercício de analisar a informação, “porque muitas informações são falsas, como as que chegam pelo *WhatsApp*. Nós indicamos sempre procurar por sites, no mínimo três, para que se comparem as informações, além de buscar informação mais a fundo” (diretor, 2016).

Tanto a equipe gestora, quanto a equipe docente percebem a importância de se estimular os jovens para a busca de informações, principalmente jornalísticas, por meio diferentes plataformas (digitais ou não). A professora de Português revelou que os alunos recorrem a vídeoaulas disponíveis na internet, mas que para a sua disciplina busca levar para a sala de aula trechos de vídeos veiculados na TV, que tenham possíveis temas de redação para o Enem. Ela utiliza a sala de vídeo da escola para ministrar aulas desse tipo.

Já o professor de Sociologia disse que orienta aos alunos a terem uma visão crítica sobre o que lê em revistas, jornais e livros. “Passei atividade essa semana [dezembro/2016] levantando algumas dessas questões e a maioria não respondeu”. O que demonstra um desinteresse por parte dos jovens quanto a uma análise mais crítica reflexiva do que se acessa, consome. Segundo o professor, eles primeiramente devem ter uma posição mais madura do interesse em aprender e sobre seu comportamento para que assim possam trabalhar com *smartphone* e informação, adequadamente, em sala de aula. “A mente vai se perder na informação, porque a mídia joga muita informação e se não tiver um direcionamento, um objetivo, você se perde. Salvo, raríssimas exceções que fazem bom uso, mas esses não fazem uso em sala” (professor de Sociologia, 2016).

A coordenadora da escola reconhece a importância do *smartphone* para as atividades diárias. Ela comentou que também utiliza o celular enquanto está na escola para algumas

demandas da instituição. “Uso para atender ligações. A própria Secretaria liga para o celular em vez do fixo. Também uso bastante a internet para responder questões da Secretaria ou Diretoria de Educação do Estado e para alimentar o site da Seed a depender da demanda” (coordenadora, 2016).

Apesar de o diretor achar que a tendência é popularizar o uso do celular e internet na escola, ele trata a liberação do sinal do *Wi-Fi* para acesso à internet pelo celular inteligente como negativa. Segundo ele, muitos não sabem fazer o uso correto desse elo e utilizam a ferramenta para outros fins. “Por mais que nós orientemos, às vezes o controle é difícil para saber se o uso está correto. O ideal para o uso é fantástico. Os *smartphone* estão aí para nos informar a todo o momento, o uso é que deve ser consciente” (diretor, 2016).

O professor de Sociologia ressalta que o uso *smartphone* em sala de aula auxilia o andamento da aula, pois muitos recursos didáticos podem ser trabalhados em conjunto (vídeos, textos, etc). Para ele, é uma forma de fazer bom uso da tecnologia e tirar os jovens da distração das redes sociais, além de direcionar o que é importante para o dia a dia deles e para vida como um todo.

Pensamento compartilhado pelo professor de Filosofia. Ele acha o uso do *smartphone* em sala de aula totalmente aceitável. Para o professor, é algo que veio para ficar e que se deve aprender a conviver, utilizando da melhor forma possível, inclusive em tarefas pedagógicas. “No primeiro dia de aula passo todas as minhas redes sociais. E durante o ano fazemos seminários, criamos grupo no *WhatsApp* e por ele vou indicando livros, sites e etc” (professor de Filosofia, 2016).

Para o professor de Geografia, os alunos não possuem discernimento da ótima função do celular com acesso à internet em uma sala de aula, além de não saberem o momento de seu uso e por vezes com conteúdo nada pertinente a aula que está sendo ministrada. “A atenção fica desvirtuada e consequentemente o rendimento cai”. O professor ainda disse que não realiza um trabalho específico para que o uso do *smartphone* ocorra de forma adequada, pois só utiliza o material didático e a explanação em sala. Nada de celular.

Já a professora de Biologia acredita que o uso do *smartphones* pelos alunos da Barão de Mauá atrapalha o aprendizado porque não fazem de forma que engrandeça a aula. “Eles utilizam para tirar *selfie* e ficar nas redes sociais. Não é nem para procurar algo importante,

mas para bisbilhotar a vida dos outros”. Ela disse que os alunos se recusam, quando solicitados, a fazer uso da internet particular alegando o alto custo do pacote de dados do celular.

O professor de Sociologia segue o pensamento da professora de Biologia quanto ao uso inadequado do celular com acesso à internet realizado pelos alunos. De acordo com ele, por vezes durante sua explanação em sala, alguns alunos estão com fones de ouvido ou visualizando algo que não tem nada a ver com conteúdo de sala de aula. Ele acredita que seria ótimo se o uso realmente fosse para trazer algo importante para a sala de aula, mas que o cotidiano das aulas revelou que o acesso, por vezes, é para a diversão, como conversas por aplicativo (*WhatsApp*).

3.3 Formas de uso do *smartphone* por jovens da escola estadual

Os próximos cinco subitens deste capítulo trazem a investigação do cotidiano de uso do *smartphone* por alunos do Colégio Estadual Barão de Mauá, mais especificamente sobre as novas tecnologias e o uso delas na rotina de cada aluno pesquisado. Ou seja, entender pelo ponto de vista deles como é se relacionam com o consumo de informação, também jornalística, e o uso de tecnologia digital, principalmente o *smartphone*.

Lembrando que a pesquisa em ambiente escolar foi realizada no período de 07 de novembro a 20 de dezembro de 2016 sempre no turno da manhã, em dias não fixos, mas que totalizavam três dias por semana. Utilizamos o método etnográfico como procedimento e aplicamos a técnica de observação direta não participante e entrevista semi-aberta em profundidade em recorte com um total de 10 alunos. Esses que cursavam o último ano escolar – alunos do 3º A e do 3º B. As entrevistas foram realizadas de forma individual com o auxílio de gravador, já a observação foi amparada por anotações em um bloco de notas.

Então, o conteúdo dos cinco subitens são resultados das entrevistas guiadas pelas seis hipóteses – já citadas no capítulo 2 – que contemplam: 1) a escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – *smartphone* – para fins educativos e informativos; 2) os jovens utilizam o *smartphone* como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação 3) os jovens não se aprofundam e

nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia; 4) as novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam; 5) em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet; 6) o ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística. Essas hipóteses foram apresentadas de acordo com sua comprovação ou não.

3.3.1 A escola tem um ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – *smartphone* – para fins educativos e informativos

Os dados empíricos levantados na observação e nas entrevistas realizadas com gestores e alunos da escola Barão de Mauá, apresentados a seguir, indicam que, mesmo havendo recursos que possibilitam uma infraestrutura de acesso a ferramentas de tecnologias da informação digital, não consideramos que esta hipótese tenha se confirmado. Isso porque o ambiente da escola para o uso das tecnologias da comunicação móvel tem suas limitações, como a restrição do alcance da internet via rede *Wi-Fi*, medida imposta pela equipe gestora e que divide as opiniões entre professores.

Alguns professores concordam com a limitação por achar que o uso dos dispositivos móveis em sala de aula dispersa a atenção do aluno para fins não educativos e esse não assimila o conteúdo pedagógico ministrado pelo professor. Outros discordam da norma restritiva, pois querem a interação entre as novas tecnologias e as práticas pedagógicas por acharem que os dispositivos com acesso à internet facilitam o processo de ensino aprendizagem para os jovens, que estão habituados às tecnologias quase que 24 horas por dia.

Dessa hipótese geramos uma categoria de análise: ambientes e condições de acesso, a qual teve como pontos de análise o lugar físico e de convivência preferidos para o acesso (específico ou não); a infraestrutura disponível e utilizada, se por rede sem fio ou pacote de dados móveis; quais dispositivos móveis utilizados; e a disponibilidade de acesso (periodicidade). Sendo assim, os resultados encontrados por meio das entrevistas não confirmam a hipótese desse subitem.

Os alunos da escola realizam o acesso às informações por meio do telefone inteligente, tanto em casa quanto na escola. Entretanto, no ambiente escolar encontram a barreira do sinal *Wi-Fi* com controle de alcance. Por decisão da equipe gestora da escola o sinal só fica liberado até a área limite entre as salas de aulas e salas administrativas da escola – questão explicada no tópico 3.2, deste capítulo. Ou seja, os alunos não conseguem acesso à internet enquanto estão em aula ou nos corredores próximos às salas de aula. Outro impasse para o acesso ao conteúdo em meio digital, segundo os alunos, é o não uso do Laboratório de Informática. Apesar de a escola contar com a estrutura (computadores e internet), nenhuma aula chega a ser ministrada lá.

Esse aspecto foi explicitado por Prensky (2001) ao advertir quanto à necessidade de adaptação do contexto educacional frente à realidade digital, ao alertar para o fato de que não somente os professores, mas todo o sistema, deveria reformular os métodos e metodologias em função da abrangência que a realidade digital possui no cotidiano dos jovens. Assim, para além da existência da estrutura física, é preciso haver uma associação salutar entre o ensino formal do ambiente escolar e as demandas oriundas destes jovens do ambiente digital.

Essas condições comprovam que existe estrutura para a escola integrar o uso de tecnologia de comunicação para fins educativos e informativos, mas não favorece para que a prática ocorra. Isso se agrava ao perceber que alguns professores entrevistados apóiam a decisão da equipe gestora em restringir o acesso à internet pelos jovens estudantes nas proximidades e dentro das salas de aula (ver tópico 3.2 deste capítulo). Sendo assim, essa hipótese não se comprovou.

Aqui no colégio, por exemplo, tem sinal *Wi-Fi*, mas não dão acesso. Deve ser repensado. O celular é uma ferramenta de conhecimento, que em vez de afastar pode beneficiar. E o Laboratório de Informática deveria ser usado porque a gente não usa (aluno 4).

Acho que o *Wi-Fi* aqui facilita os estudos. As aulas deveriam sempre ser em laboratórios, porque o conteúdo fica fácil de acessar e armazenar (aluno 6).

Entretanto, apesar de no ambiente escolar o sinal de *Wi-Fi* ser restrito, os jovens utilizam pacotes de dados das operadoras de telefonia celular durante as aulas ou, no horário entre as aulas, dirigem-se para as proximidades das salas administrativas da escola onde o sinal é disponível para realizar o acesso à internet. Já quando estão em casa, eles realizam o acesso com mais intensidade no período da tarde e da noite. Porém, sempre há aqueles que não desgrudam os olhos da tela e que têm o acesso como prática constante.

3.3.2 Os jovens utilizam o *smartphone* como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação

Os resultados das entrevistas realizadas com os alunos da escola Barão de Mauá serão apresentados a seguir e pretenderam comprovar, ou não, a hipótese de que o *smartphone* seria a principal fonte de informação para os jovens. Para tanto, as categorias que direcionaram o entendimento das tecnologias e modos de acesso realizados pelos jovens estudantes da escola Barão de Mauá foram: consumo midiático e plataformas. Dessa forma, os pontos de análise para os resultados das entrevistas ficaram em torno de como são desenvolvidos os modos e os procedimentos de consumo da informação; quais produtos e conteúdos são acessados; qual o hábito de uso do celular; se o momento do consumo da informação é realizado de forma compartilhada, individual ou de ambas as formas; quais as plataformas utilizadas; quais os lugares físicos e estrutura de dados, onde os jovens acessam a informação e quando acessam – se diariamente ou não ou se só ocorre em um ambiente específico, por exemplo.

O acesso diário às informações, principalmente jornalísticas, pelo *smartphone* foi quase unânime entre os jovens pesquisados. Quando estão usando o dispositivo, acessam a todo momento ou nas horas vagas conteúdos como filmes e séries, em casa, na escola ou no transporte público. Esse predomínio confirma o que foi verificado pela pesquisa do IBOPE Media (2015) que destacou a relação acentuada entre os jovens, com idade entre 18 e 24 anos, a posse e uso de *smartphone* e, acrescido a isso, os diferentes produtos por eles consumidos através do aparelho celular. Salientando ainda que os entrevistados da pesquisa IBOPE afirmaram gastar em média 4h16, por dia, em atividades nas quais utilizam a internet no celular.

Contudo, a pesquisa com os jovens da escola Barão de Mauá revelou que o ambiente digital não é o único lugar no qual eles buscam se informar, os meios mais tradicionais também prendem a atenção desses jovens. Livros e produtos audiovisuais, principalmente oriundos da TV, disputam espaço na rotina de consumo midiático, sendo essa última para eles a única fonte de notícias locais. “Até tentei ler jornal impresso, mas acho muito complicado o tamanho das páginas” (aluno 1).

Este espaço expressivo ainda hoje pertencente à TV confirma dados da pesquisa ‘O consumidor de mídia brasileiro’, realizada pelo *Target Group Index*, e divulgada no Brasil pelo Kantar Ibope Media (2016), segundo a qual este meio, no referido ano do estudo, correspondeu como sendo o de maior penetração no país. Então, a hipótese aqui sugerida foi parcialmente comprovada, pois eles utilizam intensamente o *smartphone* em detrimento de outros dispositivos com acesso à internet (como *desktop*, *notebook* e *tablet*), mas ainda recorrem para a tradicional TV quando buscam informações sobre o conteúdo jornalístico local.

Acordei e fui olhar se tinha alguma notícia no G1 [no celular]. Só pela TV mesmo, pelo jornal [notícias locais] (aluno 1).

Já virou rotina acordar e verificar se há novidade. Olho no *WhatsApp* e as vezes olho no Google alguns assuntos novos (aluno 3).

Olho o *WhatsApp*, redes sociais e às vezes pesquiso quando preciso para algo do colégio (aluno 10).

Só o jornal da TV [notícias locais] (aluno 8).

Para o consumo midiático percebeu-se que os jovens (quase todos os entrevistados, com exceção do aluno 2), ao acordarem verificam as notificações recebidas no *smartphone* e acessam alguns conteúdos, como notícias nacionais em sites (jornalísticos ou de busca), em canais de vídeos (*YouTube*) e em redes sociais digitais (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*). Essas últimas também acessadas para verificar *posts* de seus amigos, que possam transmitir informações de interesse.

Outra ferramenta para esse modo de consumo individual são os aplicativos. Os alunos 1 e 9 foram os únicos alunos entrevistados que afirmaram fazer uso desse tipo de plataforma, o que para eles facilita o acesso às notícias, já que a tecnologia envia notificações para o celular informando a divulgação de nova notícia. Segundo esses alunos, a escolha por aplicativo está atrelada não só por essa diferenciação de outros aplicativos de empresas jornalísticas, mas também pela gratuidade. Por coincidência os dois alunos faziam uso do aplicativo G1.

Já assuntos de preferência para o acesso giraram em torno de notícias, temas relacionados à política, tecnologia, saúde, esporte, entretenimento, e quase unanimemente foi citado qualquer assunto relacionado ao Enem, ao curso que pretendia curso na Universidade ou por demanda escolar. Como exemplo, temos o comparativo de notícias que o aluno 5 fez

ao acompanhar as eleições dos Estados Unidos (EUA) pelos sites *New York Times* e Jornal Nacional.

3.3.3 Os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia

Os resultados das entrevistas realizadas com os alunos da escola Barão de Mauá que são apresentados a seguir pretendem comprovar se os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia devido a viverem um cotidiano de consumo de notícias breves e superficiais e exercitarem pouca capacidade de concentração nos modos de leitura de *smartphone*. Para tanto, as categorias tipos de produtos jornalísticos e forma de leitura direcionaram o entendimento sobre quais os formatos e linguagens de produtos jornalísticos que os jovens estudantes da escola Barão de Mauá preferem acessar. Ao mesmo tempo em que busca entender se eles ampliam o conhecimento absorvido daquilo que leem através de outros conteúdos, e como essa leitura é realizada, se superficialmente ou se existe dedicação para uma leitura mais aprofundada. Dessa forma, os pontos de análise para os resultados das entrevistas ficaram em torno do formato do conteúdo jornalístico (texto, linguagem, vídeos, imagens); quais conteúdos e gênero do que leem (notícia, reportagem, editorial, colunas); se existe complemento de informação a partir do que leu (busca por novos conteúdos); e observar se o leitor é imersivo ou mero usuário da rede.

Texto é o formato que os jovens dão preferência quanto ao conteúdo de interesse que chega a seus *smartphones*, sendo que apenas o aluno 3 também lê versão impressa de jornal. Os alunos também gostam de informações em vídeos e até mesmo com imagens associadas a uma linguagem de fácil entendimento, sem termos técnicos ou muito formais. Seja a partir de notícias, manchetes, filmes ou seriados, seja por outros gêneros, os jovens entrevistados buscam novos conteúdos que complementem, expliquem ou até contradigam o que leram, salvo o aluno 8 que não busca novos conteúdos por ficar satisfeito com a primeira informação. “Não me aprofundo. Fico satisfeita com a primeira notícia que leio” (aluno 8).

busco em outros lugares para saber se é verdade, também comparo com o que passa na TV. Comparo em outros sites a mesma notícia para ver como foram formuladas diferentes do site UOL (aluno 2).

Por conta dos trabalhos da escola busco vídeo-aula e me situo sobre o assunto. É até melhor para entende e saber o que vou colocar no trabalho (aluno 4)

Por mais que eu não tenha interesse eu procuro pesquisar. Só quando o que li me deixou alguma dúvida (aluno 6).

Quando o assunto me interessa sim, busco reportagens (aluno 9).

Já as formas de leitura foram entendidas como imersivas a partir do que se caracterizou por jovens que se aprofundam no que leem, assistem ou ouvem. Então, os jovens da escola Barão de Mauá são leitores imersivos, ou seja, que submergem naquilo que consomem e buscam novas informações a partir de uma informação primária. Categorização que conforme Santaella (2004) afirma é formada por aqueles que navegam por diferentes assuntos e buscam o aprofundamento dos que lhes sejam de maior interesse e/ou familiaridade. Dessa forma, a hipótese desse subitem não se confirma.

Os motivos para a prática são diferentes para cada um dos 10, mas que convergem para a mesma coisa: o querer saber mais sobre o assunto e não ficar só no título ou manchete, a depender do interesse. Alguns alunos se identificaram como meros usuários da rede, que não submergem, demonstrando interesse e satisfação apenas pelo conteúdo disponibilizado na manchete. Contudo, durante a entrevista afirmavam que a depender do interesse sobre o assunto, lia todo o conteúdo e não ficavam só passeando sobre o *layout* do produto.

Por sua vez, a hipótese que os jovens não buscam novos conteúdos e muito menos não se aprofundam no que consome não foi comprovada. Os jovens entrevistados demonstraram interesse e curiosidade sobre qualquer tipo de conteúdo que venham a consumir, salientando maior intenção de busca e aprofundamento tão somente pelas temáticas cujo interesse se dá de forma mais intensa. “Olho com atenção só se for algo interessante, se não for olho só a manchete” (aluno 3). “Se ler e me chamar a atenção, vou lá e clico. Também a depender do que a gente tem que apresentar na escola” (aluno 6). “Eu clico se me interessar” (aluno 8). “Depende, se eu gostar da manchete, clico” (aluno 9). “Eu clico e leio tudo” (aluno 10).

Leio tudo. A depender do tema me aprofundo mais. Mas se for algo que não me interessa muito leio só em um lugar. Por exemplo, se for uma notícia sobre celular, que diz as especificações técnicas como os *pixels* e tecnologia, olho só em um lugar, mas se for para comprar eu olho em mais de um (aluno 1).

3.3.4 As novas tecnologias possibilitaram jovens mais participantes, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam

Os resultados apresentados a seguir, oriundos das entrevistas realizadas com os alunos da escola Barão de Mauá confirmam parcialmente a hipótese deste subitem. As categorias que direcionaram essa conclusão foram: jovens como produtores de conteúdo jornalístico; apropriação e utilização do conteúdo jornalístico; e compartilhamento de conteúdo jornalístico. Dessa forma, auxiliaram o entendimento sobre os jovens participativos na contemporaneidade, mais especificamente se os jovens estudantes da escola Barão de Mauá são ativos ou não em ambiente digital e como eles realizam as ações correlacionadas.

Nesse contexto, os pontos de análise para os resultados das entrevistas ficaram em torno de compreender a interação e a produção de conteúdo por parte dos jovens (entendem-se como colaborador/leitor/coprodutor de informação – jornalística ou não); existência de inserção das informações noticiosas na vida/cotidiano ou se refletem sobre o que leem; no momento do acesso é realizado o espalhamento midiático com compartilhamento de informação (para onde e como compartilha); ao mesmo tempo em que buscou entender as razões desse compartilhamento e, principalmente, como o jovem chegou ao conteúdo que compartilha.

A participação mais ativa dos jovens em ambiente digital pode ser verificada em diferentes escalas, por exemplo, um jovem pode expor sua opinião através de texto, imagem ou vídeo, e divulgá-la em redes sociais digitais, o que pode gerar repercussão, ou não. O jovem ainda pode fazer um vídeo e divulgar no *YouTube*, obtendo o mesmo resultado. Então, a participação mais efetiva e com engajamento desse jovem no ambiente digital irá depender do retorno que a ação tem sobre os demais da rede, se a receptividade for considerada satisfatória pelo jovem, esse engaja mais, caso contrário, não, por mais que o jovem se coloque participativo ou crítico.

Este retorno pode ser verificável através do que Dalmonte (2015) chamou de dispositivos, a citar as opções “curtir” e “compartilhar”, que são disponibilizadas no ambiente virtual e, majoritariamente nas redes sociais, e que são consideradas como expressivas para a estimar se determinado conteúdo teve ou não a aceitação dos pares. Assim, quanto maior o

número de retorno explícito – mediante novos comentários -, ou implícitos através de curtidas e/ou compartilhamentos -, maior seria o retorno obtido do conteúdo original.

Os jovens estudantes da Barão de Mauá percebem a própria participação em redes sociais digitais associada a criação de conteúdo para o ambiente digital. Para eles, não importa o alcance, nem como é o processo de produção, o que importa é expor o que pensam. “Se eu vir algum comentário que não goste, vou lá e coloco minha opinião. Mas se nada me chamar atenção, não. Sempre que compartilho, sempre coloco minha opinião antes de enviar” (aluno 3). O lugar de predileção para a prática é a rede social *Facebook*. Todos os jovens entrevistados que se entendem como produtores de conteúdo, por mais que seja um simples comentário no *post* do amigo, disseram realizar a prática nessa rede social digital. “Geralmente faço isso no *Facebook* quando compartilho algo, aí coloco [texto] na legenda, tanto para complementar o que li, mas também para abrir e despertar a curiosidade das pessoas para clicar no link” (aluno 5).

Essa predileção pelo *Facebook* também foi apontada nos dados da Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2015, segundo a qual, entre as redes sociais digitais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas no país, o *Facebook* se destacou com 83% das afirmações de uso e preferência.

A capacidade crítica dos jovens sobre o que acessam e até mesmo sobre o que chega pelo *smartphone* pode ser considerada válida, visto o comportamento dos jovens estudantes pesquisados. O aluno 1 relatou que por vezes vê comentários ou conteúdos compartilhados de seus amigos em redes sociais digitais, que não gosta ou que não compartilha da mesma opinião, que foi divulgada na rede. A reação desse jovem estudante sobre a insatisfação é velada, pois ele não expressa seu sentimento, ele desfaz a amizade em ambiente digital ou apenas evita expor sua opinião sobre o assunto na rede para que esses amigos não se sintam incomodados.

O pensamento crítico é concebido por esses jovens após algum momento discussão entre familiares e amigos sobre um assunto determinado que esteja incomodando esses jovens. É certo que alguns informaram não refletir sobre o que acessam, mas os que o fazem procuram expor sua opinião. “Se for algo que irá enriquecer na minha vida, como por exemplo, não cometer os mesmos erros de outras pessoas, não tem porque ficar indiferente”

(aluno 5). Ainda há aqueles que se sentem acanhados em colocar sua posição crítica em ambiente digital e optam por fazê-la face a face.

Dessa forma, a hipótese que afirma que as novas tecnologias possibilitaram jovens mais participantes, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam pode ser confirmada parcialmente. Pois a participação em ambiente digital ainda é ignorada por alguns jovens, como no caso de alguns estudantes da Barão de Mauá que preferem debater seus assuntos face a face. Também não foi comprovada em sua totalidade a produção de conteúdo. Os jovens estudantes pesquisados se entendem como criadores, mas o que eles acreditam ser produção de conteúdo é apenas a inserção de comentários sobre um produto que será replicado ou espalhado midiaticamente que já foi produzido anteriormente por alguém. Já a questão do olhar crítico foi percebida em todos os entrevistados.

Quanto às citadas formas de participação expostas pelos jovens pesquisados desse estudo, estas podem ser correlacionadas às colocações de Tapscott (2010) ao destacar que imersos no meio digital os jovens tendem a não ser passivos e, dessa forma, estão mais propensos a não aceitar obrigatoriamente o que lhes é imposto na rede. Assim, deixam de estar apenas no campo da observação para se posicionarem como ativos, seja através da publicização de perguntas, argumentos, críticas ou o engajamento em discussões. “Se eu vir algum comentário que não goste, vou lá e coloco minha opinião. Mas se nada me chamar atenção, não. Sempre que compartilho, sempre coloco minha opinião antes de enviar” (aluno 3). “Algo que eu sou contra e compartilho para outros saberem” (aluno 4).

3.3.5 Em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet

Confiança e concepção do jornalismo; e reconhecimento de produtos/conteúdos jornalísticos foram as categorias que direcionaram o entendimento sobre a hipótese desse subitem. Assim, podemos entender como é dada a credibilidade aos veículos de comunicação, assim como mensurar se os jovens distinguem fatos de boatos e para quem direcionam a credibilidade das informações que chegam até eles. Dessa forma, os pontos de análise para os resultados das entrevistas ficaram em torno da veracidade atribuída à instituição jornalística; compreensão do valor das fontes noticiosas e dos profissionais de comunicação;

reconhecimento dos tipos de conteúdo (informativo, relato, documental, reflexivo) e das linguagens empregadas; como a questão da imparcialidade é percebida; e se existe uma noção sobre o que é ou que não produto jornalístico.

Durante a pesquisa os jovens estudantes se mostraram cautelosos quanto ao que consomem, principalmente se for oriundo de conteúdo compartilhado pelo aplicativo de conversa instantânea, *WhatsApp*. Eles demonstraram ter o cuidado de verificar a informação e até mesmo observar algumas características no próprio produto para atestar sua veracidade antes de dar credibilidade ao que chega pelo *smartphone*. Assim, a hipótese que trazia essa questão pode ser comprovada.

“Eu não confio de cara. Tem coisas que vou pesquisar primeiros, mas as vezes confio. Por exemplo a questão da Zika. Fui pesquisar de onde ela veio. Sei que veio da África para o Brasil e soube que vieram no navio” (aluno 1). “Olho em outros lugares para saber se é verdade” (aluno 2). “Não é porque está no site que acredito” (aluno 3). “Procuró ler em sites confiáveis e que conheça, se não conhecer eu não abro por mais que a notícia seja verdadeira” (aluno 4). “Se for uma empresa jornalística eu acredito, mas se for um amigo eu vou saber se é verdade” (aluno 10).

Este aspecto identificado com os jovens da Escola Barão de Mauá contrapõe a assertiva de Telles (2009) ao revelar que os jovens dão credibilidade ao conteúdo postado e/ou comentado por outros usuários da rede. De acordo com o autor, esse seria um comportamento da geração.

Além da apuração da informação por meio comparativo entre sites, os jovens esclarecem que a credibilidade da informação é concedida por eles de acordo com a origem e local de divulgação da informação (site jornalístico ou não); quem produziu a informação, se foi profissional de comunicação ou não; se há uso de palavras com grafia incorreta, ao mesmo tempo em que fazem uso de abreviações e gírias; se houve imparcialidade e diversidade de fontes. “Não é porque está no site que acredito. Procuró ler em sites confiáveis e que conheça, se não conhecer eu não abro por mais que a notícia seja verdadeira” (aluno 4, que desconfia mesmo que esteja em site jornalístico).

“Eu dou credibilidade pela fonte. Mas também tem a questão da linguagem. O jornalismo trabalha com formal, mas também coloquial. Por exemplo, eu vi em site de notícias falsas que tinham abreviações como ‘vc’, vícios de linguagem. Percebo também pela linguagem como eles fala, mas mesmo que não tenha abreviações ‘vc’ percebe que é algo bem duvidoso” (aluno 1). “Comparo as informações dos diferentes sites. Se tiver muito exagerado já acho que é mentira” (aluna 6). “Escrita correta, quem tá escrevendo” (aluno

7). “Pela fonte do site e quem escreve. Os comentários. Se alguém disse que viu de outro jeito. No *WhatsApp* tem muita notícia falsa, principalmente sensacionalista” (aluno 9).

Essa desconfiança e as características apontadas para dar credibilidade ao produto revelam que os jovens têm uma noção do que é jornalismo e como são formatadas a estrutura e a divulgação de seus produtos. “Tem muita gente que faz jornalismo de verdade, mas tem também os chamados *trolls* da internet, que criam perfis e sites *fake*. Tem o mesmo endereço, mas não é o site de verdade. Você vê que não é jornalismo” (aluno 1).

3.3.6 O ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística

As diferentes influências de um ambiente podem direcionar o jovem aluno, no caso da escola Barão de Mauá, ao que ele deve acessar para se manter informado e instruído, seja como exercício para crescimento pessoal, seja para uma avaliação escolar. “Tenho um professor de Filosofia que tudo que ele posta de diversos assuntos eu olho porque me baseio muito na opinião dele” (aluno 4).

Como a categoria deste subitem foi acerca da motivação para o acesso a fim de entender o que impulsiona o jovem a acessar determinados conteúdos ou até mesmo ter predileção sobre ele, a fala do aluno já demonstra uma possível comprovação da hipótese deste subitem. Dessa forma, para direcionar a comprovação ou não da hipótese os pontos de análise para os resultados das entrevistas ficaram em torno do tipo de motivação para o acesso (informação; repercussão do dia; novidade; interação social; passatempo).

A escola está dentre as motivações que levam os jovens a acessar conteúdo no *smartphone* ou em outro dispositivo tecnológico. O aluno 1 disse que intensificou o acesso ao site e aplicativo G1 por conta do Enem. Já o aluno 4 disse que quando não acessa por curiosidade, acessa por questões de atividades da escola. O aluno 5 atribui a sua motivação para o acesso a escola, pois foi a preocupação com o Enem, que mudou seu hábito. “Os professores também instigam a gente. Acesso o que faça parte do que quero para o Enem, como a área da saúde, educação e política” (aluno 5). “O que os professores falam e o que é do meu interesse” (aluno 6). “A depender do que a gente tem que apresentar na escola” (aluno

7). “Olho o *WhatsApp*, redes sociais e as vezes pesquisa quando preciso para algo do colégio” (aluno 10).

Então, a hipótese deste subitem pode ser confirmada. Contudo, outras motivações também empurram o jovem para a busca do conhecimento, como ficar informado e poder debater questões com qualquer pessoa; porque recebeu notificação no *smartphone*; assuntos de interesse; identificação com a linguagem e linha de pensamento; notícias sobre o Enem; tempo ocioso; polêmica; e curiosidade.

4 Considerações finais

A pesquisa com os jovens da escola estadual Barão de Mauá resultou em dados que levam a apontamentos para estudos futuros, que irão contribuir para a área de comunicação. O problema central dessa dissertação foi levantado em busca do entendimento sobre os modos de acesso às informações pelos jovens por meio do uso do *smartphone*. Então, a pesquisa de campo ter como referência o método com inspiração etnográfica auxiliou tanto o planejamento e como as decisões para se coletar os dados de forma válida, quanto percorrer pelo ambiente escolar sem parecer uma intrusa.

Para entender como era o percurso que os jovens estudantes realizavam em seus celulares foram entrevistados 10 alunos, que estavam no ano final da formação escolar. As entrevistas realizadas de forma individualizada revelaram dados já previstos, como eles dedicarem quase que exclusivamente a busca de conteúdo no celular, desprezando outras ferramentas. Mas também revelaram dados que chamam a atenção por ser reflexo da ação juvenil, como a imersão nas informações que consomem e a busca por novas informações, principalmente jornalísticas.

Dessa forma, a pesquisa contribui para pesquisas futuras que queiram trabalhar com jovens e tecnologia aliada ao jornalismo. Pois a atual pesquisa demonstra dados que revelam que os jovens utilizando o *smartphone* como ferramenta de informação, ao mesmo tempo em que revela que esses jovens não ficam apenas na superfície do que acessam, mas imergem, procuram mais informações e possuem um senso crítico sobre o que consomem.

Por se tratar de ambiente escolar foi imprescindível realizar entrevistas com a equipe docente e gestora, isso em busca de entender como eles influenciavam e motivavam o acesso a informações pelos jovens. Dessa forma, cinco professores, o diretor e a coordenadora da escola também participaram da pesquisa, apesar de não serem o público-alvo dessa dissertação. Como técnicas para coleta de dados foram utilizadas, além das entrevistas, a observação. Essa que possibilitou formular e entender as hipóteses que direcionaram a pesquisa de campo.

Nesse contexto, a inspiração etnográfica utilizada como metodologia foi válida para observar, em ambiente escolar, a vivência dos jovens entrevistados quanto o acesso às informações, principalmente jornalísticas. Da mesma forma que observar a conduta e a opinião da equipe gestora e docente quanto ao uso do *smartphone* para o acesso à informação. A metodologia foi eficiente não só pelo acompanhamento desses jovens em sala de aula, corredores e pátio da escola, mas também pela receptividade que alunos, docentes e gestores demonstraram para a realização da pesquisa. Receptividade não ocorrida em ambiente familiar. Os pais ou responsáveis dos alunos, que estavam sendo observados e entrevistados na escola, não autorizaram a extensão da pesquisa para suas residências. Dessa forma, a pesquisa não pode observar se o processo da obtenção de informações pelo *smartphone* é similar, contrário ou igual ao desempenhado em ambiente escolar. Ao mesmo tempo em que não pode comparar se os que convivem com os jovens em suas residências tem influência sobre eles para o acesso à informação, assim como a equipe docente e gestora demonstrou ter em ambiente escolar.

Na coleta de dados para a pesquisa foram utilizadas seis hipóteses: 1) a escola tem ambiente favorável para o uso da tecnologia de comunicação móvel – *smartphone* – para fins educativos e informativos; 2) os jovens utilizam o *smartphone* como principal fonte de informação em detrimento de outras tecnologias e meios de comunicação; 3) os jovens não se aprofundam e nem buscam novas informações sobre o que leem no dia a dia; 4) as novas tecnologias possibilitaram jovens mais participativos, criadores de conteúdo e com um olhar mais crítico sobre o que acessam; 5) em ambiente digital os jovens são cautelosos e não dão credibilidade a todo conteúdo divulgado na internet; 6) o ambiente escolar influencia e motiva os jovens ao consumo de informação jornalística.

A hipótese 1 não foi confirmada. A escola possui Laboratório de Informática com acesso à internet e o sinal *Wi-Fi* é disponível de forma restrita por regra da equipe gestora. Os alunos têm muita dificuldade de acessar a internet dentro da escola e o corpo docente, apesar de achar que as práticas escolares devem ser associadas ao ambiente digital, preferem não colocar em uso. Seja por conta da dificuldade do sinal *Wi-Fi* em sala de aula, seja por achar que os jovens não possuem maturidade para utilizar a internet para fins escolares.

A hipótese 2 foi parcialmente confirmada. Os jovens ainda mantêm forte vínculo com a TV, mas o *smartphone* é de fato o mais acessado para a busca de informação, principalmente jornalísticas. No ambiente digital os jovens optam por inúmeros tipos de

conteúdo em formatos e temas diversos. A hipótese 3 também não foi confirmada. Os jovens se aprofundam na leitura e buscam novas informações sobre o que leem. As entrevistas demonstraram que eles realizam essas ações pelo senso crítico apurado e pela necessidade de estar sempre informados.

Já a hipótese 4 foi parcialmente confirmada. Essa é uma extensão da hipótese anterior. Seus resultados comprobatórios revelam que os jovens estão abertos às discussões, tanto no ambiente digital quanto face a face. A hipótese 5 foi confirmada. Os jovens desconfiam da veracidade do que leem, mesmo se tiverem a certeza que o produto é fruto de uma produção jornalística. Por fim, a hipótese 6 também foi confirmada, pois os alunos sofrem influências do ambiente escolar na hora de buscar informações. Isso ocorre por conta da demanda das atividades escolares, opiniões de professores, ou pela necessidade de ficar informado e se preparar para o Enem.

Então, as hipóteses confirmadas ou não, cada uma em sua especificidade, puderam evidenciar que a pesquisa revelou jovens com certo grau de consciência sobre o que é jornalismo, jovens preocupados em obter informações confiáveis e buscar novas informações, que os mantenham informados, saciem a curiosidade ou que sirvam apenas como um ‘tira-teima’ da veracidade da informação original. Nesse contexto, observa-se que foi comprovado que jornalismo e jovens – mesmo em idade inicial da juventude como nessa pesquisa – podem interagir e levar a novos olhares e perspectivas.

A pesquisa também abre espaço para um caminho sobre a discussão das TICs na Educação. Os dados comprovam professores e gestores escolares conscientes sobre a importância da TIC em ambiente escolar, entretanto com receio sobre a maturidade dos jovens ao utilizar a tecnologia e não desfocar do aprendizado. Nessa questão também se acrescenta a não disposição dos docentes em querer se atualizar para utilizar as novas tecnologias em sala de aula e melhorar o retorno entre aluno/aprendizagem com as novas atividades didáticas. Contudo, políticas públicas devem ser mais incisivas para preparar com qualidade as equipes gestoras e docentes a fim de renovar o conceito de práticas pedagógicas aliadas à TIC. Até porque os jovens alunos inseridos na cultura digital estão em constante mudança quanto a maneira de absorver conhecimento e se comunicar.

5 Referências

- ABRAMO, H. W. **Considerações sobre a temática social da juventude no Brasil**. Revista Brasileira de Educação. n. 5 e 6, p. 25-36, mai-dez. 1997.
- ADLER, Ben. **Juventude transmidiada**. Artigo publicado na Revista de Jornalismo ESPM. Nº 6, ano 2, Ed. jul/ag/set – 2013. Disponível em: www.espm.br/revistadejornalismo
- ANATEL. **Pesquisa Telefonia Móvel - acessos**. 2017. Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br/dados/component/content/article?id=283> > Acessado em julho/2017.
- ANDRADE, Antônio dos Santos. **O cotidiano de uma escola pública de 1º grau: um estudo etnográfico**. Cadernos de Teses, p. 26-37, 1990.
- BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos**. Universidade da Beira Interior – Portugal, BOCC, 2005. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-de-dados-webjornalismo.pdf>> Acessado em julho/2017.
- BARBOSA, Suzana; DA SILVA, Fernando Firmino; NOGUEIRA, Leila; ALMEIDA, Yuri. **A atuação jornalística em plataformas móveis: estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista**. Brazilian Journalism Research, Volume 9, Número 2 , 2013.
- CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros LabCom, 2013.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede – a Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. 8. ed. Traduzido por Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Vanancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2005, p. 67.
- CASTELLS, Manuel y otros. **Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global**. Edición electrónica gratuita, 2007. Texto completo em < www.eumed.net/libros/2007c/312/ >
- CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Sousa Porto. **Culturas juvenis: múltiplos olhares**. São Paulo: Editora Unesp, 2008.
- CAVALCANTE, Edemar Amaral; JÚNIOR, Adail Sebastião Rodrigues. **A sala de aula sob o olhar etnográfico: um estudo de caso**. Revista Presença pedagógica, v.11, n.63, maio/jun, 2005.
- CHARLOT, Bernard. **Jovens de Sergipe: quem são eles, como vivem, o que pensam**. Aracaju: Futura Gráfica & Serviços LTDA, 2006.
- COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital: como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado**. Revista de Jornalismo ESPM/CJR, abril-junho, 2014.

CRUZ, Tadeu. **Sistemas, organização & métodos**. São Paulo: Atlas, 1997.

DALMASO, Silvana Copetti. **Usos do Facebook na publicação de conteúdo jornalístico: um estudo inicial das postagens do Jornal A Razão**. Trabalho apresentado no 10º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba, PUC-PR, 2012.

DALMONTE, Edson Fernando. **Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático**. Revista Famecos, v. 22, n. 2, Porto Alegre, 2015.

DAYRELL, J. **Juventude, grupos de estilo e identidade**. Revista em Educação. Belo Horizonte, n. 30, p. 25-39, 2002.

DERAKHSHAN, Hassein. **A morte do Hyperlink: Consequências**. Artigo originalmente publicado em www.theglobeandmail.com, compartilhado no 'Medium', traduzido e adaptado para o Português por Gabriel Gastaldo, Nov/2015. Disponível em: <https://medium.com/@arddhu/a-morte-do-hyperlink-consequ%C3%A2ncias-39cb30d7364e>

DICIONÁRIO AURÉLIO. Disponível em: <<https://contas.tcu.gov.br/dicionario/home.asp>>. Acessado em agosto/2016.

DICIONÁRIO MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acessado em março/2016.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

ESTEVES, L. C. G.; ABRAMOVAY, M. **Juventude, Juventudes: pelos outros e por elas mesmas**. VI Congresso Português de Sociologia, 2008. Disponível em: <<http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/254.pdf>>

FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. **Todos os jornais no bolso: Pensando o jornalismo na era do celular**. Universidade da Beira Interior. *IN: Jornalismo On-line: modos de Fazer*. Editora Sulina. Rio de Janeiro, 2009.

FIRMINO, Fernando. **Jornalismo Móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015, 53 p.

_____. **Jornalismo Móvel Digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica –

Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GROPPO, L. A. **Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas**. Rio de Janeiro: DFEL, 2000.

HENN, Ronaldo César; HÖEHR, KellenMendes; BERWANGER, Gabriela Inácio. **Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012.

HERSCOVITZ, Heloiza G.. **Características dos portais brasileiros de notícias**. Publicado pela SBPJor (Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo), v. 5, n. 1, p. 1-24, 2009.

IBGE. **Censo Demográfico 2010**. 2012. Disponível em: < <http://censo2010.ibge.gov.br/> > Acessado em março/2016.

IBGE. **População jovem no Brasil**. Departamento de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 1999.

IBOPE Media. **O conteúdo líquido e suas várias formas**. 2015. Disponível em: < <http://www.ibopemedia.com/o-conteudo-liquido-e-suas-varias-formas/> > Acessado em 22/07/2015.

JACKS, Nilda; *et al.*. **Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória**. XXIII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal do Pará, Belém, 2014.

JENKINS, Henry. **O jovem é o guardião da cultura**. Entrevista publicada no jornal O Globo, 2010. Disponível em < <http://oglobo.globo.com/megazine/mat/2010/05/25/henry-jenkins-jovemo-guardiao-da-cultura-916689796.asp> > Acessado em 12 de janeiro de 2016.

KANTAR IBOPE MEDIA. **O consumidor de mídia brasileiro**. 2016. Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/o-consumidor-de-midia-brasileiro/> > Acessado em 12 de fevereiro de 2016.

KOUTROPOULOS, Apostolos. **Digital Natives: Ten Years After**. Merlot Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 7, nº 4. Boston – EUA, 2011, p. 525-538.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo, 7ª edição: Atlas, 2010.

LEITE, Francisco Tarciso. **Metodologia Científica: métodos e técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros**. Aparecida – SP: Idéias & Letras, 2008.

LE MOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (orgs.). **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009. 156 p.

LEVI, G.; SCHMITT, J-C. (Orgs). **História dos jovens II: a época contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MACHADO, Elias. **O jornalismo digital em base de dados**. Florianópolis. Calandra, 2006.

MIRANDA, Luciano. **Jornalismo On-line**. Passo Fundo. UPF, 2004.

OLIVEIRA, Amurabi. **Algumas pistas (e armadilhas) na utilização da Etnografia na Educação**. Educação em Foco, Ano 16, nº 22, p. 163-183, dezembro-2013.

OLIVEIRA, Elton Tamiozzo de. **Ciberjornalismo e mobilidade: análises da experiência do usuário de smartphone em aplicativos de notícias de referência Sul-Mato-Grossenses e nacionais**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação - Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. CAMPO GRANDE – MS, 2016.

PAIS, J. M. **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da moeda, 1993.

PALACIOS, Marcos Silva; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias**. Revista Contemporânea | comunicação e cultura, v.10, n.03, set-dez/2012 – p. 668-685 | ISSN: 18099386.

PBM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social – Brasília: Secom, 2014. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> > Acessado em 22/07/2015.

PBM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social – Brasília: Secom, 2016. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view> > Acessado em 22/07/2017.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é método**. Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832014000200015> >

PERNISA JÚNIOR, Carlos; ALVES, Wedenley. **Comunicação digital: jornalismo, narrativas, estética**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

PRENSKY, Marc. **Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon** - NCB University Press, Vol. 9 No. 5. 2001.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUADROS, Claudia Irene de; QUADROS JR. Itanel Bastos de; MASIP, Pere Masip. **Webjornalismo: da forma ao sentido. Os casos de Gazeta do Povo e La Vanguardia.** Revista Galáxia, São Paulo, nº 20, p. 161-177, 2010.

QUADROS, Claudia; RASÊRA, Marcella; MOSCHETTA, Andressa. **Jornalismo para tecnologias móveis: o consumo entre jovens.** SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. **Etnografia: saberes e práticas.** In: PINTO, Céli Regina Jardim; GUAZZELLI, César Augusto Barcellos (orgs.). Ciências Humanas: pesquisa e método. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008.

ROCHA, Everaldo P. Q.; BARROS, Carla; PEREIRA, Claudia. **Perspectivas do método etnográfico em marketing: consumo, comunicação e netnografia.** Anais do Encontro de Pós-Graduação em Administração. Campinas, São Paulo, 2005.

ROCHA, Everaldo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea.** Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción Periodística em Internet.** Universidade de Navarra – Espanha, EUNSA, 2005.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.

SANTANA, Carol Correia. **Jornalismo e dispositivos móveis: um estudo sobre os aplicativos de notícias do UOL, Estadão e O Globo.** Monografia apresentada como requisito para obtenção de graduação em Comunicação Social bacharelado Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe – UFS, 2014.

SANTI, Vilso Junior. **O desafio da apuração jornalística no ciberespaço.** Porto Alegre, Famecos/PUCRS, nº 24, p. 8-17, 2010.

SCHUNIG, Cristiane et. al. **Virtualização da sociedade: análise do impacto de novas tecnologias e da internet.** Natal: UFRN, 1999.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo.** Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2013.

_____. **Repórteres em campo com tecnologias móveis conectadas: uma abordagem teórica sobre convergência e mobilidade.** Trabalho apresentado no 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011.

SOUZA, Juliano Ferreira de; GOBBI, Maria Cristina. **Geração Digital: uma reflexão sobre as relações da “juventude digital” e os campos da comunicação e da cultura.** Revista GEMInIS, Ano 5 – nº. 1 - vol. 2, 2014, p. 129-145.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos.** Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TELLES, Andre. **Geração digital: como planejar o seu marketing para geração que pesquisa Google, se relaciona no Orkut, manda mensagens pelo celular, opina em blogs, se comunica pelo MSN e assiste a vídeos no YouTube.** São Paulo: Editora Landscape, 2009.

TIC Domicílios 2015. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros** [livro eletrônico] / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016. Disponível em: < <http://cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2015/> > Acessado em julho/2017.

TIC Educação 2015. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras** [livro eletrônico] / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016. Disponível em: < http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Edu_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf >

TOSI, Rafael Iwamoto. **Imagem e ação da juventude nas reportagens da revista *Veja*.** Dissertação apresentada ao Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP, São Paulo, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Org. de Nelson Traquina. Lisboa, 1993.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **Juventude e televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

_____. **O mundo dos jornalistas.** São Paulo: Summus, 1993.

UNESCO. **Políticas De/Para/Com Juventudes.** Brasília, Unesco, 2004.

APÊNDICE

Apêndice A – Termo de consentimento livre e esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: Jovens sergipanos e jornalismo: uma análise sobre o acesso de conteúdo jornalístico por meio do *smartphone*

Pesquisadora: Cláudia Santos de Oliveira (mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe – PPGCom)

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato

A sra. (sr.) está sendo convidada (o) como voluntária (o) a participar desta pesquisa que tem como objetivo geral analisar como os jovens sergipanos nativos digitais com idade entre 18 e 24 anos acessam conteúdos jornalísticos, por meio do *smartphone*. Além de entender outras questões que envolvem o processo de consumo da informação jornalística: ‘o que’ consome, onde, o ‘porque’ do tipo de consumo, em quais circunstâncias e compreensão valorativa do que é produto jornalístico.

Acreditamos que a pesquisa seja importante porque irá revelar ou até mesmo nortear como nos dias atuais o uso constante de dispositivos móveis conectados à internet influencia a leitura de produtos jornalísticos pelos jovens. Em poucas palavras, se essa leitura é de fato realizada ou não. E se sim, perceber se houve alguma mudança comparada aos anos anteriores quando os dispositivos móveis não eram tão acessíveis.

Ao participar desta pesquisa o participante não terá nenhum benefício direto, bem como não terá nenhum tipo de despesa para a sua participação. Ressaltamos que sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa tanto pessoalmente quanto através do telefone da pesquisadora. Os dados para contato seguem ao final deste termo.

Sobre o método de pesquisa: serão realizadas observações durante o período escolar e entrevistas individuais com o auxílio de gravador de voz. Esclarecemos ainda que todas as informações coletadas nesta pesquisa são estritamente confidenciais. Somente a pesquisadora e o orientador terão conhecimento total dos dados. A privacidade de cada participante será respeitada, ou seja, o nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, identificá-lo, será mantido em sigilo.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Não assine esse termo se ainda tiver dúvida a respeito.

Consentimento Livre e Esclarecido

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa. Autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo. Declaro que li e entendi todas as informações presentes neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e tive a oportunidade de discutir as informações deste termo. Todas as minhas perguntas foram respondidas e eu estou satisfeito com as respostas. Declaro também que recebi uma via deste documento e que entendo que outra via será arquivada pela pesquisadora responsável da pesquisa.

Nome do Participante da Pesquisa

Assinatura do Participante da Pesquisa

Assinatura da Pesquisadora

Contato pesquisadora responsável: (79) 99961-6075 ou claudiaoliveira.jornal@gmail.com

Apêndice B – roteiro de entrevistas para alunos

- 1 – Descreva como foi o acesso hoje a conteúdos no celular.
- 2- Essa prática é rotina ou não?
- 3 – Quais conteúdos busca? Por que?
- 4 – Preferência por eles?
- 5 – O que te faz acessar outros conteúdos fora de seu interesse?
- 6 – Onde busca conteúdo? Site, redes sociais, APP? Por que nesses locais?
- 7- Sempre teve interesse por conteúdo jornalístico ou surgiu por algo específico?
- 8 – Acessa produto jornalístico com frequência? Por que?
- 9 – Como distingue o que é notícia ou não?
- 10 – Confia em tudo que lê? Por que?
- 11 – Lê manchete ou todo o texto? Por que?
- 12 – Tem algum período do dia que prefira acessar conteúdo jornalístico? Por que?
- 13 – Busca novas informações sobre o que leu?
- 14 – Faz comparação entre notícias, com o mesmo tema, publicadas em diferentes canais?
- 15 – Como compartilha o conteúdo acessado? Por que?
- 16 - Reflete e traz para o cotidiano o que lê?
- 17 – Costuma discordar ou concordar sobre o que lê? Por que?
- 18 – Como identifica que é um produto jornalístico?
- 19 – Confia e dá credibilidade a quais informações? Por que acredita?
- 20 – Costuma criar novos conteúdos, seja comentando ou com textos, vídeos, etc? Por que?
- 21 – Costuma se informar só com texto ou outro produto?
- 22 – O que te faz acessar notícias?
- 23 – Seleciona o que irá acessar ou faz o acesso a depender do que chega?
- 24 – Como as informações chegam até você?
- 25 – Você fica somente com as informações que chega até você ou vai atrás de mais informações?
- 26 – Tem preferência por um tipo de linguagem ou conteúdo mais crítico, por exemplo?
- 27 – Tem preferência por alguma empresa jornalística? Por que?
- 28 – Tem preferência por algum formato do produto jornalístico? Por que?
- 29 – É assinante ou tem cadastro (pago ou gratuito) para receber informações jornalísticas?
- 30 – Qual frequência de acesso por dia a conteúdos jornalísticos?
- 31 – Usa wifi, pacote de dados ou ambos?
- 32 – A escola tem wifi, isso facilita? Acessa aqui e em casa ou só em um lugar? Por que?
- 33 – O que é jornalismo para você?

Apêndice C – roteiro de entrevistas para gestores

- 1 – Como analisa o uso do celular pelos alunos na Escola?
- 2- Incentiva? Como?
- 3 – Houve algum momento para falar com os alunos sobre regras para o uso?
- 4 – O que acha que os alunos acessam no celular enquanto estão na Escola?
- 5 – Esclarece como utilizar celular e internet para fins escolares? Por que?
- 6- Orienta acessar quais conteúdos? Indica locais/plataformas?
- 7- Como o conteúdo jornalístico e celular é abordado por vocês?
- 8 – A escola tem wifi, isso facilita o uso? Como percebe a intensidade do uso?
- 9 – Já acompanhou o acesso junto com o aluno? Como e por que?
- 10- Você utiliza o celular enquanto está na Escola?

Apêndice D – roteiro de entrevistas para professores

- 1-Como você avalia o uso do celular pelos alunos em ambiente escolar?
- 2-Existe algum planejamento entre professores e escola para orientar os alunos a fazerem uso correto do celular enquanto estão na escola?
- 3-Vocês incentivam ao aluno a pesquisar informações com o uso do celular?
- 4-Quanto ao conteúdo jornalístico, como é a orientação para proceder a pesquisa ou locais para buscar informação, principalmente para aqueles que irão fazer o Enem?
- 5-Como você lida com o uso para outros fins, que não escolares, dentro da sala de aula?
- 6-Qual a perspectiva para o futuro do modelo ideal, no qual os alunos possam fazer uso do celular dentro da sala de aula para fins acadêmicos?

Apêndice E – diário de campo do Colégio Estadual Barão de Mauá

1º dia: 07 de novembro de 2016

ANTES DA AULA

- Por norma, as aulas devem começar às 7h, mas os professores permitem atraso de 15 min. Assim as aulas iniciam de fato às 7h15.
- Os alunos se reúnem em pequenos grupos dentro e fora da sala de aula enquanto as aulas não começam.
- Nota-se conversa frenética de todos, que estão no grupo, e ao mesmo tempo. O assunto predominante foi o Enem 2016 – as provas foram realizadas nos dias 05 e 06 de novembro.
- Alguns alunos levaram seus cadernos de questões (Enem). Debatiam os assuntos e respostas com os colegas, além consultar o celular quando queriam saber quem estava certo.
- Discussões sobre o tema da Redação do Enem surgiram. Observou-se domínio em contextualização quando um aluno disse que explicou seu ponto de vista exemplificando a “bancada evangélica no Congresso”.
- Outros alunos conversavam sobre o fim de semana e assuntos correlacionados a colegas e a família.
- Alguns professores já estão em sala mesmo antes de sinal tocar. (Neste dia o sinal tocou atrasado, por isso os professores já estavam em sala tentando iniciar a aula mesmo com muitos alunos ainda na área externa da Escola).
- Os alunos aproveitam o tempo antes da aula para conversar e utilizar o celular (ouvem música individualmente com fones de ouvido conectados ao celular, assistem vídeos de forma compartilhada, e trocam mensagens em redes sociais digitais).

DURANTE A AULA (3º B)

- Aula de Biologia, neste dia sobre Ecologia.
- Discussão sobre as questões do Enem e resolução de dúvidas sobre algumas questões com o professor.
- O uso de celular é presente: joguinhos e WhatsApp.

- Muitos alunos passam a aula segurando o celular e dividem o olhar entre a tela e o professor. Apesar do uso do celular não perdem a atenção, respondendo quando questionados pelo professor. Outros alunos deixam o aparelho sobre a carteira e ainda existem aqueles não deixam o celular à mostra.

OBS: No dia 07 de novembro nenhum aluno do 3º A compareceu a Escola. Já no 3º B somente 18 alunos compareceram, sendo que a turma possui 47 alunos. Segundo uma das coordenadoras e integrante do Comitê Pedagógico da Escola, a falta dos alunos se deve à realização do Enem no fim de semana. “Eles combinam entre si para ninguém vir à aula. Alguns do 3º B vieram por conta dos Jogos Internos. Todo ano eles fazem isso após o Enem”, explicou a coordenadora.

O Jogos Internos foram realizados de 07 a 09 de novembro nas instalações da Escola. Com o intuito da participação dos alunos nas atividades, as aulas a partir das 9h foram suspensas.

2º dia: 09 de novembro de 2016

ANTES DA AULA

- Portões da escola abriram às 7h02, enquanto isso os alunos ficaram na área externa esperando, conversando entre eles e ouvindo música com fones de ouvido conectados ao celular.
- Antes da abertura dos portões nenhum aluno utilizou o celular com toques. Os que utilizaram foi apenas para ouvir musica.
- Os professores chegam nesse intervalo de espera, passam pelos alunos, que ainda aguardam a abertura dos portões.
- Quando os portões são abertos os alunos se dirigem a sala de aula, mas poucos preferem ficar no pátio da escola.

DURANTE A AULA (3º B)

- Aula de Química (7h às 7h50).
- A aula inicia com um desabafo da professora ao saber do motivo da minha presença na Escola e do objeto de pesquisa.
- A professora relatou a dificuldade em lecionar e prender a atenção dos alunos durante as aulas, já que utilizam bastante o celular em sala, inclusive com fones de ouvido.

“Como vai ouvir com fone de ouvido? Aqui eles já tem idade para saber o que é certo e o que é errado”, disse a professora.

- Em resposta a fala da professora um aluno, que estava fazendo uso dos fones disse: eu estou ouvindo tudo que senhora está falando.
- A aula foi sobre a finalização das avaliações. Os alunos permaneceram dispersos e alheios ao que a professora falava. Houve uso intenso do celular: WhatsApp, edição de fotos, jogos e música.

DURANTE A AULA (3º A)

- Aula de Espanhol (7h50 às 8h40)
- Presença de 12 alunos.
- Discussão sobre as questões do Enem. Alunos bastante participativos.
- Durante a aula não fizeram uso do aparelho celular, mas dois alunos mantinham os fones de ouvidos sobre os ombros. Alguns também deixaram o aparelho sobre a carteira.

3º dia: 17 de novembro de 2016

- Reunião biblioteca – escolha de 10 alunos. Esses alunos foram indicados pelos professores de acordo com o comportamento e rendimento escolar. A idéia foi fazer um recorte de comportamentos diferentes, não somente alunos com ótimos rendimentos na escola. O intermédio da escolha foi através de uma das coordenadoras e integrante do Comitê Pedagógico da Escola.
- A coordenadora convocou os 10 alunos, alguns do 3º A e outros do 3º B, para se dirigirem a biblioteca. Lá expliquei o objetivo da pesquisa e perguntei quais tinham interesse em participar. Todos aceitaram com entusiasmo. Alguns tiraram dúvidas a respeito da profissão de jornalista e da finalidade do mestrado.
- Neste momento também foi informado que a pesquisa pretende em janeiro de 2017 se estender até à residência de alguns para melhor entender como o acesso é realizado no ambiente familiar/domiciliar. Senti certo receio em alguns, que me fez explicar que nada seria imposto, mas sim tudo acordado com o aluno e seus familiares. Assim como não estava em posição de jurada, mas de pesquisadora que iria somente observar sem fazer juízo de valor do ambiente e tão pouco da estrutura familiar.

4º dia: 18 de novembro de 2016

- Observação em sala de aula dos selecionados e conversa indireta
- Na conversa percebi respostas evasivas e sem firmeza. Talvez por conta do ambiente. Alguns colegas de classe estavam próximos.
- Durante as aulas o uso do celular se deu da mesma forma que nos outros dias de observação.

5º visita: 21 de novembro de 2016

- As aulas foram até às 9h por conta da realização dos jogos internos.
- Entrevistei dois alunos na biblioteca: aluno 1 e aluno 2.

6º visita: 22 de novembro de 2016

- As aulas foram até às 9h por conta da realização dos jogos internos.
- Entrevistei três alunos na biblioteca: aluno 3, aluno 4 e aluno 5.

7º visita: 23 de novembro de 2016

- As aulas foram até às 9h por conta da realização dos jogos internos.
- Entrevistei três alunos na biblioteca: aluno 6, aluno 7 e aluno 8.

8º visita: 24 de novembro de 2016

- Entrevistei um aluno na biblioteca: aluno 9.
- Observei os alunos durante os intervalos e em sala de aula. Durante os intervalos o uso para música é intenso. Compartilham fone ou fazem uso de forma individual. Alguns se mantêm apenas em trocas de mensagens de textos por APP.

9º visita: 25 de novembro de 2016

- Observei os alunos durante os intervalos e em sala de aula. Durante os intervalos o uso foi semelhante do dia anterior. Sendo que em sala de aula o uso quase não se realizou. Ainda nos intervalos alguns alunos trocaram mensagens de textos por APP.

10º visita: 28 de novembro de 2016

- Observei os alunos durante os intervalos e em sala de aula. Nada de diferente ocorreu comparado aos dias anteriores.

11º visita: 30 de novembro de 2016

- Entrevistei um aluno na biblioteca: aluno 10.
- Observei os alunos durante os intervalos e em sala de aula.

12º visita: 12 de dezembro de 2016

- Entrevistei a coordenadora da escola, em sua sala, em meio a dispersão por conta de demandas escolares e também porque neste dia professores, coordenação e alunos finalizavam projetos para apresentação em evento. O ambiente tinha muita distração, mas apesar disso a coordenadora foi direta nas respostas e não tentou acabar rapidamente com a entrevista apesar de a todo o momento ser chamada para dirimir alguma questão escolar. Ela se manteve solícita e calma por todo o momento.
- Entrevistei o diretor da escola. Ele se manteve quase que integralmente no período da entrevista receoso de conceder algumas respostas. Elaborava-as com discursos prontos sempre ressaltando que a Escola fazia o melhor para os alunos e que todos os funcionários eram empenhados no que faziam.
- Ambos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

13º visita: 15 de dezembro de 2016

- Reuni os 10 alunos que entrevistei para a entrega de documento informativo e com solicitação de visita à suas residências. Pedi que entregassem ao responsável pela residência e explicassem o intuito da pesquisa e que a fazia com eles.
- Expliquei todo o conteúdo do documento, no qual digo o objetivo da pesquisa para o mestrado, assim como explico o intuito de fazer a observação em domicílio. Solicitei a devolução do documento assinado até o dia 19 de dezembro de 2016.
- Também entreguei cópia da via, assinada tanto por mim quanto por eles, do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A via original ficou para arquivo da pesquisadora.

14º visita: 16 de dezembro de 2016

- Entrevistei 5 professores, que lecionam nos dois 3º ano, das disciplinas português, biologia, geografia, filosofia e sociologia. Todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

15º visita: 16 de dezembro de 2016

- Conversei com os 10 alunos sobre a pesquisa em suas residências e pedi que entregassem o documento com a solicitação da visita, que levaram para casa na quinta-feira, 15 de dezembro. Nenhum aluno entregou o termo, pois informaram que seus familiares não autoriza a visita.

Calendário

NOVEMBRO

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
-	-	01	02	03	04	05
-	-	-	-	-	-	-
06	07	08	09	10	11	12
-	1º visita	-	2º visita	-	Paralisação	-
13	14	15	16	17	18	19
-	Sem aula	Feriado	Aula externa	3º visita	4º visita	-
20	21	22	23	24	25	26
-	5º visita	6º visita	7º visita	8º visita	9º visita	-
27	28	29	30	-	-	-
-	10º visita	-	11º visita	-	-	-

DEZEMBRO

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB
-	-	-	-	01	02	03
-	-	-	-	-	-	-
04	05	06	07	08	09	10
-	-	-	-	Feriado	Sem aula	-
11	12	13	14	15	16	17
-	12º visita	-	-	13º visita	14º visita	-
18	19	20	21	22	23	24
-	-	15º visita	-	-	-	-
25	26	27	28	29	30	31
-	-	-	-	-	-	-

Apêndice F – integra das entrevistas

COORDENADORA DA ESCOLA

Como analisa o uso do celular pelos alunos dentro da escola?

Os professores utilizam da interdisciplinaridade na escola. Usam a internet para pesquisa, disciplinas afins e culturas; projeto de identidade cultural, literatura, matemática e escola sustentável. Os alunos usam a internet para pesquisar para esses fins. Mas também usam para o lazer e pesquisa pessoais. Os professores utilizam a internet como fonte de pesquisa.

Como foi a implantação do wifi na escola?

A Seed [Secretaria de Estado da Educação] colocou internet em todas as unidades de ensino como meio de viabilizar a comunicação entre diretoria, secretaria e escola, como o uso do expresso (email institucional), portal de matricula, alimentação do Siga [Sistema Integrado de Gestão Acadêmica]. Assim, se estendeu aos alunos, ate porque aqui nós temos um laboratório de informática. A Seed é responsável pelo pagamento do fornecedor. Nós abrimos o wifi para os alunos porque muitos não têm internet em casa e nem computador, e eles precisam pesquisar.

Houve contato com os alunos para apresentar que a escola teria wifi e as regras para o uso?

O wifi na escola, só pega em parte da escola, não abrange as salas de aula. No laboratório tem internet. Na área que pega, eles só ficam se for para pesquisar, mas as vezes ficam para uso particular antes de entrar na sala. Essa limitação do sinal é uma medida de precaução para que eles não fiquem distraídos em sala de aula. O próprio diretor foi em todas as salas de aula para apresentar regras do uso nesse espaço. A regra não é do uso, mas só do espaço onde utilizar.

Como incentiva os alunos a fazer uso do wifi?

O uso de forma equilibrada. Se usarem para pesquisa da escola, ótimo, principalmente porque os professores usam muito a interdisciplinaridade. Mas se for para uso pessoal, como música, redes sociais, mensagens, enfim, desde que não seja em momento de aula, não temos problemas maiores. Até porque os professores conversam muito, não permitem. Cada professor também coloca regras, como deixar o celular no modo vibrar. Porque se for o pai ou mãe ligando pede licença da sala e vai atender. Então os próprios professores estipulam as

regras de sala de aula e uso da internet. As regras vão muito do professor, depende da metodologia do professor. Quando querem usar a internet para a pesquisa vão para o laboratório de informática. Quando usam em sala de aula é mais a internet particular.

O que os alunos mais acessam enquanto estão na escola?

Não olhamos o que cada um acessa em seu celular, mas com relação as pesquisas dos professores sabemos porque a coordenação junto com o comitê pedagógico acompanham todas as atividades desenvolvidas dentro da escola. Tudo que o professor passa em sala de aula como fonte de pesquisa, como trabalhos nós estamos ciente porque temos o acompanhamento.

Já que os professores incentivam o uso, eles indicam algum tipo de plataforma?

Indicam a depender do projeto que eles desenvolvem. Cada professor na sua área.

Como é o incentivo para a busca de conteúdo jornalístico?

Os professores e coordenação informam quando sai algo, principalmente relacionado ao Enem. E também diz onde saiu, se foi site ou TV. Vamos na sala avisar, tanto a coordenação quanto o comitê pedagógico. Tem a plataforma do MEC e o InfoEnem, incentivamos a olhar, mas quando sai alguma noticia vamos e dizemos, mesmo que nós não vamos lá, passamos para os professores informarem aos alunos.

Como você faz o uso do celular enquanto esta na Escola?

Enquanto estou na escola uso para atender ligações, ate porque a própria secretaria liga para o celular em vez de ligar para o fixo. Também uso a internet para responder questões que chegam da secretaria ou diretoria. Uso bastante. Também tem muita coisa para alimentar o site da Seed a depender da demanda. Outro tipo de conteúdo nem dá tempo olhar, porque a movimentação na escola é grande. Ela é muito dinâmica, a todo momento chegam pessoas e também temos que nos deslocar para áreas da escola para resolver demandas.

DIRETOR

Como analisa o uso do celular pelos jovens na escola?

A gente só proíbe o uso do celular no momento da aula ou quando o professor não autorizar. Só usam para alguma pesquisa em sala de aula ou quando os professores autorizam.

Existiu algum contato para informar as regras quanto ao uso do celular dentro da escola?

Assim que o aluno é matriculado, ele ou o seu responsável sabem os direitos e deveres. Nós dizemos e também existem quadros com eles espalhados pela escola.

E o uso do wifi?

Nós não liberamos o sinal do wifi 100% já para evitar do aluno ficar o tempo todo no celular. Então no intervalo eles vão para as áreas da escola onde o sinal é melhor. O wifi só pode ser usado em momento de intervalo ou em momento de pesquisa em sala de aula. Porque se liberar o sinal em 100% os alunos não querem assistir aula.

Há planejamento junto com os professores para que o sinal seja liberado em determinados momentos a fim de realizar algumas dinâmicas dentro da sala de aula?

Existe o planejamento de que só é permitido o uso do celular em sala de aula se for para interesse escolar, caso não seja ele não pode usar. Eu mesmo quando faço a fiscalização, flagro alguns alunos usando, aí pergunto ao professor se foi permitido. Caso não tenha sido chamo o aluno para conversar para orientar, não para punir, somente de reincidir mais de três vezes. Porque quando o pai ou a mãe vem reclamar do desempenho do filho, apresento o comportamento dele na escola.

Qual o tipo de conteúdo que os alunos mais acessam?

Quando eu flagro o uso não procuro olhar a tela, até porque eles rapidamente fecham a tela. Mas a maioria das vezes não é assunto da aula, raras vezes é que tem haver com a aula porque os professores autorizam.

A ENTREVISTA FOI INTERROMPIDA POR ALGUNS MINUTOS, POIS A COORDENADORA DA ESCOLA SOLICITOU AO DIRETOR A LIBERAÇÃO DO

SINAL DA INTERNET PARA DETERMINADA LINHA DE COMPUTADORES. ELE PRONTAMENTE ATENDEU AO PEDIDO.

Como é o incentivo para que os alunos acessem conteúdo jornalístico?

Toda forma de informação é válida. Penso em trazer profissionais da área, jornalistas, para esclarecer aos alunos essas questões, da importância de se manter informado, mas também da profissão, do jornalista correr atrás da verdade. Chamar a atenção do aluno também que é importante analisar a informação, porque muitas são falsas, como essas que chegam pelo WhatsApp.

Vocês indicam locais para a busca de notícias, já que alertar que boatos existem e são confundidos como verdade?

Nós indicamos sempre procurar por sites, no mínimo três para que se comparem as informações e ele busque informação mais a fundo.

Como você percebe o uso e liberação do wifi na escola?

É negativo porque muitos não sabem fazer o uso dela. Por mais que nós orientemos, as vezes o controle é difícil para saber se o uso está correto. O ideal é fantástico, os *smartphone* estão aí para nos informar a todo o momento. O uso que deve ser consciente.

Qual o planejamento futuro para unir celular, internet e escola?

A tendência é popularizar o uso do celular e internet na escola, mas o sinal não é 100%. Não só porque o aluno fica fora da sala de aula fazendo outras coisas, mas também por conta do sinal. Então, a partir do momento que o sinal tenha melhor qualidade o sinal será aberto.

PROF.^a PORTUGUÊS

Como você avalia o uso do celular pelos alunos aqui na escola?

Infelizmente não usamos como deveríamos porque há momento de pesquisa e que precisamos de significados, mas o sinal não chega até as salas de aula. Quando o aluno tem internet utilizam como comunicação em rede (facebook, whatsapp e mensagem).

Existe algum planejamento entre professores e escola para orientar os alunos a fazerem uso correto do celular enquanto estão na escola?

A orientação da direção é que os alunos não usem o celular para não perder o foco da aula.

A escola tem wifi, não tem direcionamento para fins escolares onde o aluno possa fazer uso dentro da sala de aula?

Nós trabalhamos em escola pública, onde as vezes não tem sinal abeto. Criar uma perspectiva de aula poderia ser mais fácil se tivéssemos uma sala para esse tipo de tecnologia. Por exemplo, português há exercícios e atividades online, não podemos fazer porque não temos acesso.

Quanto ao conteúdo jornalístico, como é a indicação de maneiras de pesquisa ou locais para se informar, principalmente para quem irá fazer Enem?

Eles usam muito vídeo aula. Já foi internalizado esse uso. Quanto a minha disciplina, português, eu faço o recorte em casa e passo na TV da escola para informar possíveis temas da redação do Enem.

Como você lida com o uso para outros fins, que não escolares, dentro de sala de aula?

Veja bem, aqui é uma escola pública, usar a internet em sala de aula, já que não tem sinal abeto é custo para os alunos. É R\$ 2,50 por cada acesso. Quando vejo que estão fazendo uso, peço para que façam isso no intervalo, apesar de achar uma ferramenta maravilhosa de comunicação, que também uso para falar com eles.

Qual a perspectiva para o futuro do modelo ideal, onde os alunos possam fazer uso do celular dentro da sala de aula para fins acadêmicos?

Eles irão usar você dizendo q é proibido ou não, então a tendência é utilizar essa tecnologia para introduzir atividades.

PROF.^a BIOLOGIA

Como o professor vê o uso do celular em sala de aula?

Atrapalha porque eles não utilizam o celular para engrandecer a aula. Quando a gente pede para pesquisar, eles respondem logo que não irão gastar a internet. O wifi existe, mas com muitas falhas. Dentro da rede estadual, eu não tenha cesso ao wifi, imagine?!

Eles utilizam o celular mais para o que?

Para tirar *selfie* e ficar nas redes sociais, não é nem para procurar algo importante, mas para bisbilhotar a vida dos outros.

Como você lida com o uso para outros fins, que não escolares, dentro de sala de aula?

No inicio isso me incomodava, lutava, mandava guardar o celular, mas eles sempre arranjavam um jeito de utilizar. Hoje não me incomoda mais, se ele quiser prestar atenção na aula, presta, se não, não me perturba mais.

Existe uma orientação para que os alunos façam uso com fins escolares, principalmente para aqueles que irão prestar o Enem?

A finalidade do celular para eles é para dizer que tem um celular, eles ficam com ele na mão. Agora para a finalidade pesquisa é muito pouco. O mês passado passei atividade em sala e alguns diziam que não sabiam o significado de algumas palavras. Orientei a busca o significado com o celular e 90% dos alunos disseram que não iriam gastar a internet do celular para fazer pesquisa da escola. Quanto a orientação, eles que me ensinam a mexer muito mais no celular do que eu a eles. Não tenho muita afinidade com a tecnologia, ainda existe uma barreira. A geração deles mexem e sabem tudo.

Vocês incentivam ao aluno a pesquisar informações com o uso do celular?

Eu como professora incentivo. Tanto que sempre trago alguma coisa para a sala. Mostro que o celular não é só para fazer *selfie*, que é um recurso didático e eles podem fazer as pesquisas lá. Mas ainda precisa conscientizar mais eles pra fazer esse uso, porque eles pegam o celular para ficar nas redes sociais. Muitas vezes parei a aula porque eles estavam fazendo *selfie*.

Você acredita que a fusão entre jovem, tecnologia e escola é o melhor caminho?

Acredito! Acho que ajudara muito aos professores. A tecnologia vem para ajudar, mas tem o lado positivo e o lado negativo. Contudo, como eles estão interagindo com a tecnologia acho que trará mais o lado positivo que o negativo.

PROF.º SOCIOLOGIA

Uso do celular pelos alunos em ambiente escolar?

Eu discordo pela maneira que eles utilizam. Na maioria das vezes estamos explicando e estação com fones de ouvidos ou algo que não tem nada a ver com conteúdo de sala de aula. Se realmente fosse para algo para trazer pra sala de aula seria ótimo, mas sabemos que as vezes é diversão, conversa de WhatsApp.

Existe algum estímulo desse tipo de acesso, orientação?

No próprio material didático tem uma parte final de cada capítulo de sites para melhorar o aprendizado. Vai do interesse deles mesmo.

Mas no memento de aula existe um incentivo para alguma atividade?

Aqui tem wifi, mas é restrito. Em sala não tem acesso, o sinal é ruim.

A orientação é mais generalizada para levar para a vida ou é algo mais escolar/disciplinas?

Utilizar da melhor maneira possível. Orientamos sobre a mídia e tecnologia da informação que foram feitas pra ajudar e não atrapalhar. Infelizmente a maioria usam de forma displicente que não vá levar para o dia a dia deles. A gente orienta, mas eu percebo que os que ficam acessando em sala de aula tem rendimento muito fraco.

Quanto ao conteúdo jornalístico como é o incentivo e orientação?

Orientamos ter uma visão crítica. O que lê em revista, livro jornal? Você se questiona sobre a mensagem? Então, é uma reflexão para eles, passei atividade essa semana levantando algumas dessas questões e a maioria não responderam. Pra eles terem essa posição mais madura pra trabalhar com *smartphone* e informação, eles tem que entender a questão do comportamento, do interesse em aprender. A mente vai se perde na informação, porque a mídia joga muita informação e se você não tiver um direcionamento, um objetivo, você se perde. Salvo, raríssimas exceções que fazem bom uso, mas esses não fazem uso em sala, respeitam o professor, respeitam a aula.

Você acredita que a soma para o ensino com dispositivo móvel e conectividade auxiliam ou não para o desenvolvimento escolar?

Auxilia muito porque existem recursos didáticos que podem trabalhar em conjunto, vídeos, textos. Eu mesmo pego muitos textos na internet para trabalhar em sala de aula. É uma forma ate de fazer bom uso da tecnologia, do *smartphone* e tirar eles da distração do WhatsApp, facebook e perdendo tempo. Assim colocar o que é importante pro dia a dia deles pra vida deles. Não sou contra a tecnologia, pelo contrario. Mas ela tem que ser bem utilizada senão terá efeito contrario.

PROF.º GEOGRAFIA

Como você analisa o uso do celular pelos alunos em ambiente escolar?

Os alunos tem perdido um pouco a noção do uso do celular. Não tem discernimento de saber a hora e como utilizar, as vezes o conteúdo não é pertinente para a sala de aula. O celular tem uma função muito boa se eles soubessem utilizar.

Como é o estímulo para o uso com fins escolares?

Não há esse trabalho específico, usamos material e uma didática para sala de aula, sem utilização do celular, mas mesmo assim alunos utilizam o celular em sala de aula. A atenção fica desvirtuada e consequentemente o rendimento cai.

Como orienta a fazer um uso mais consciente?

O celular é a ferramenta de acesso a internet mais comum entre os alunos, então existe a orientação que eles utilizem essa ferramenta para acumular conhecimento utilizável para o dia a dia deles, na vida deles, que possam ter conhecimento através dessa ferramenta e assim conseguir melhorar de vida.

Você já acompanhou o uso dentro da escola. Como indicação de site? O uso?

Não, sistematicamente, não.

Você indica sites ou aplicativos para a busca de informação?

A gente indica exemplo se estivermos falando sobre tal assunto, coloco o site no quadro e digo que eles podem buscar informações complementares ou suplementares em relação ao que se esta falando.

Você indica conteúdo jornalístico ou só mais didático?

Indico mais específicos com a disciplina.

A escola tem wifi como você avalia, positivo ou negativo?

Os alunos que tem acesso ao wifi e usa o celular em sala usa de forma inadequada. Então não havendo o wifi em sala tenho o entendimento que evitaria o acesso maior aos alunos á internet durante a aula. Se você ta na aula e não te atrai por qualquer motivo, se tem acesso livre a internet, o aluno vai olhar a internet e a aula que fique para outra hora.

Você acha que a junção de dispositivo móvel com conectividade à internet e sala de aula no futuro é uma realidade que pode acontecer com êxito?

É bem possível. Mas sempre ouço aqui na escola: se a atividade for planejada e bem executada de acordo com o planejamento, não há nenhum problema do uso do celular para a aquisição do conhecimento. Será algo natural daqui há alguns anos, assim como hoje é a ligação pelo celular. Então, no futuro a possibilidade de acesso ao conteúdo e sala de aula para fazer parte do momento em sala de aula será muito bom.

PROF.º FILOSOFIA

Como você avalia o uso do celular pelos alunos em sala de aula?

Diferentemente de muitos dos meus colegas, sou bem tranquilo quanto ao uso. Acho inevitável e é algo que veio para ficar e temos que aprender a conviver, utilizando da melhor forma possível, inclusive utilizando em tarefas pedagógicas.

Como você utiliza em tarefas pedagógicas?

Em geral eu faço isso na minha disciplina, filosofia., coletivamente. No primeiro dia de aula passo todas as minhas redes sociais. E durante o ano fazemos seminários, criamos grupo no WhatsApp e por ele vou indicando qual o livro, site e etc. Inclusive pelo próprio WhatsApp converso com eles sobre problemas pessoais que eles as vezes não tem a quem recorrer e conversam comigo. Utilizam bastante o facebook a partir das minhas postagens, mas sempre deixo claro que eles tem formar a opinião deles e que aquela é a minha opinião.

Essa pesquisa você acompanha o que eles estão acessando ou deixa mais livre para que cada um busque informação onde julgar mais pertinente?

Eu aposto muito no protagonismo juvenil. Eles é que fazem tudo. Só tenho um cuidado, porque da mesma forma que a internet tem muito dado bom, tem muito dado ruim. Então, eu monitoro se eles estão em um site oficial ou não oficial, se é um site de imprensa bastante conhecido, se estão em blog que apareceu agora. Sempre tem a questão da credibilidade da informação. Eu odeio que eles utilizem a Wikipédia, porque lá qualquer um pode editar a informação e muitas vezes vem informações completamente equivocadas. Uma coisa que me preocupa é que eles simplesmente pararam de olhar livros. Por isso sempre exijo que tenha pelo menos um livro nos trabalhos.

Você acha que o wifi da escola ajuda ou dispersa o aluno em sala de aula?

Depende muito da aula, do interesse que ele tem na disciplina. Não dá para cravar assim de maneira simplista. Mas por mais que traga problemas para os professores, para as disciplinas, para a sala de aula, tem que ter o wifi aberto para os alunos, tem que ter. O uso e a conduta

diante do uso em sala de aula ou fora de aula é uma coisa que nos temos que regulamentar disciplinarmente, mas que tem que ter o acesso, é claro como a luz do sol.

Antes de liberar o sinal para os alunos houve um planejamento ou apresentação das regras para passar aos alunos ou vai muito de professor para professor a regra de uso?

Vai muito de professor para professor. Tem professor que se incomoda mais tem outros que se incomodam menos. A mim incomoda bem menos, não tenho uma relação de fobia com a tecnologia. É uma coisa que veio pra ficar. A gente esqueça que estamos lidando com adolescente e que já fomos adolescentes, rebelde e já quis conversar muito em sala de aula, já amou e odiou disciplinas, etc. Então, é tentar lembrar de quando se era adolescente e se colocar no lugar do outro, sempre. Isso faz com que eu tenha muito pouco conflito com aluno por conta de tecnologia ou por qualquer outro motivo.

ALUNO 1

O que acessou no dia?

Acordei e fui olhar se tinha alguma notícia no G1. Os resumos que sempre aparecem. Olhei o facebook, WhatsApp e Twitter. Acesso o G1 todo dia porque ele manda notificações com as notícias pro meu celular. Não preciso ir nos sites pra saber as notícias. Os outros não mandam isso.

O que te faz acessar os outros sites?

Acesso quando tem alguma questão política do meu interesse. Porque tem site que é de direita, tipo o G1, outros de esquerda. Tem menos imparcialidade. Ai eu analiso os dois lados e penso o que se melhor aplica a mim.

Acessa no fim de semana?

Vejo mais na semana. No fim de semana não olho tanto, porque comecei a ver mais o G1 por conta do Enem. Se cair algo relacionado eu já vou saber. Isso desde 2015.

Quando você acessa as informações você compartilhar de algum modo dentro da rede?

Não. Eu guardo pra mim ou discuto com meus colegas aqui mesmo na escola.

Qual outro tema te interessa além da política?

Tecnologia. Descobrimientos espaciais. Assuntos relacionados a medicina. (ALUNO QUER PRESTRAR ENEM PARA MEDICINA).

Quando você acessa o conteúdo, lê só o título ou clica e lê tudo, também depois vai atrás de mais informação?

Leio tudo. A depender do tema me aprofundo mais. Mas se for algo que não me interessa muito leio só em um lugar. Por exemplo, se for uma notícia sobre celular, que diz as especificações técnicas como os pixels e tecnologia, eu olho só em um, mas se for pra comprar eu olho em mais.

Você produz algum conteúdo, comenta, faz posts ou quando compartilha acrescenta algo?

Não. Eu tenho um pouco de vergonha por estar na rede. Prefiro conversar com meus amigos. Porque as vezes vejo comentários ou compartilhamentos de alguns nas redes sociais que não gosto, aí penso que se eu compartilhar Também vou gerar essa sensação neles. Eu leio os comentários, não do G1, porque acho os comentários bem ruins. Olho mais os das redes mesmo.

Busca notícias onde?

O do G1 eu vejo pelo aplicativo. Os outros eu vejo pela TV (Record, globo). Não olho muito no WhatsApp porque vejo muita mentira lá.

Como você diferencia o que é boato ou notícia?

Tem muita gente que faz jornalismo de verdade, mas tem também os chamados *trolls* da internet, que criam perfis e sites fake. Tem o mesmo endereço, mas não é o site de verdade. Você vê que não é. Prefiro ir no de verdade.

Confia nas informações como?

Eu não confio de cara. Tem coisas que vou pesquisar primeiros, mas as vezes confio. Por exemplo, a questão da Zika. Fui pesquisar de onde ela veio. Sei que veio da África para o Brasil e soube que vieram no navio.

Sua curiosidade sempre é relacionada a algo que você viu em notícias?

Não, as vezes por exemplo vejo coisas no youtube. Opiniões de pessoas sem ser de jornalismo. Eu dou credibilidade a eles pelo jeito que falam, se sabem argumentar ou se sei que são estudiosos da área.

Como você identifica se é produto jornalístico?

Eu dou credibilidade pela fonte. Mas também tem a questão da linguagem. O jornalismo trabalha com formal, mas também coloquial. Por exemplo, eu vi em site de notícias falsas que tinham abreviações como 'vc', vícios de linguagem. Percebe também pela linguagem como eles fala,mas mesmo que não tenha abreviações você percebe que é algo bem duvidoso.

Fora os aplicativos você se informa como? Por redes sociais?

Alguns amigos compartilham notícias bem conservadoras, chatas, extremistas. Não termino amizades por isso, mas deixo de seguir essas pessoas pra parar de aparecer esse tipo de coisa na minha timeline. Quando eles compartilham coisas de site que conheço eu olho, mas quando é de um site que não conheço nem olho. Quer dizer, eu olho, mas não absorvo. Os títulos são bem tendenciosos, ai eu clico por curiosidade. Não fico só no titulo.

Você reflete sobre que lê? Traz pra vida?

Procurro ter minha opinião sobre o que leio. Me aprofundo sobre os assuntos não só porque gosto de discutir com meus colegas, mas também por conta dos estudos.

Você lê notícias todo dia? Todas as que chegam por notificação?

Não leio todas, mas pelo menos umas cinco por dia. As vezes também fico sem olhar como no fim de semana, ai quando olho tem muitas. Eu escolho algumas ou nem olho. Também quando viajo, ai só vejo quando chego em casa q tem internet.

Você usa pacote de dados e wifi em casa?

Isso. Até o wifi daqui da escola eu não uso. Meus amigos que usavam disseram que até era ruim.

Quando esta sem internet busca noticias onde?

TV. Ate tentei ler jornal impresso, mas acho muito complicado o tamanho das paginas. (ELE FALA NO SENTIDO DO MANUSEIO).

Você é assinante de algum produto jornalístico?

Não assino nada. Só baixei o aplicativo do G1 (NACIONAL) porque é de graça. Tinha o aplicativo da Folha de São Paulo e do Fórum. Eu não tenho mais esses outros porque eles não me mandam notificações. Apesar de que quando tinha eu comparava as noticias e sempre achava o do G1 ruim porque os títulos são tendenciosos, sem imparcialidade. No texto também eles exageram. O Fórum eu gostava mais da maneira que eles falavam. O Folha também tendo mais pra um lado, não é tão imparcial.

Como você percebe essa imparcialidade?

Pelo texto. Porque uns falam, por exemplo, de todos os partidos políticos. Outros só de um. Também as vezes só falam mal daquele.

Como você se informa com noticias locais?

Só pela TV mesmo, pelo jornal.

Pra você o que é jornalismo?

É dá a noticia e opinião mostrando os dois lados. Porque se ficar olhando só um lado fica meio alienado.

Como você nota uma noticia falsa?

Se eu estiver em um site jornalístico eu tomo como verdade. Vejo os argumentos, se ouvirem varias pessoas, o nome dos repórteres. Também se eu não conhecer o site eu procuro mais informações para saber se é verdade ou não.

O que caracteriza o que é jornalismo e o que não é jornalismo?

Jornalismo é aquele que tem imparcialidade, que mostra os dois lados. Aquele também que não fale tanta besteira, por exemplo vi uma noticia que tinha “gato da enchente” só porque o cara era bonito. Em vez de mostrar a enchente somente.

ALUNA 2

Como acessou o celular hoje?

Uso mais em casa. Quando não tenho muita coisa da escola pra fazer começo a ver entretenimento ou questões sobre notícias. Eu olho quando tenho tempo, mais no fim de semana. Gosto de ver noticias dos famosos.

O que te motiva acessar noticias?

Curiosidade e coisas de famosos

Busca esses conteúdos onde?

Nos sites mesmo.

Como identifica boato de noticias?

Pela noticia dada ou site mesmo. Por exemplo, m economista que tem uma coluna.

Quais outros assuntos você busca?

Saúde e as manchetes de jornais. Por conta da importância de saber outras coisas relacionadas ao país.

No celular quais as plataformas?

Eu pesquiso no Google.

E fora do celular?

No computador.

Como é sua internet em casa?

Wifi. Não tenho pacote de dados.

Como você acessa aqui na escola?

Eu não trago o celular.

Você compartilha algum tipo de conteúdo nas redes sociais?

Compartilho no facebook notícias. Não clico, vejo só os títulos. Porque não quero entrar nos sites. Só se me interessar mesmo.

Como você verifica se a informação é verdade?

Olho em outros lugares para saber se é verdade. Vejo se é verdade pela forma de escrever. Também comparo com o que passa na TV.

Como é seu hábito de ler notícias?

Não costumo refletir. Só leio mesmo pra saber como fizeram a notícia. Como buscaram a informação. Costumo acessar depois do almoço ou depois dos deveres da escola.

Como identifica se é produto jornalístico?

Pelas fontes, pelo site. Ou por quem escreveu.

Qual local você prefere acessar?

UOL. Apesar de olhar em outros sites a mesma notícia pra ver como foram formuladas diferentes do UOL.

Você concorda com tudo que lê?

As vezes sou mais critica aí comento em casa com minha mãe ou meu pai.

ALUNO 3

Como você acessa conteúdo pelo celular?

Já virou rotina. Acordar e verificar se há novidade. Olho no WhatsApp e as vezes olho no Google alguns assuntos novos. Coloco lá 'novidade' ou 'atuais'. Olho também no intervalo e na sala. Também quando to voltando para casa, no ônibus.

Quais assuntos mais te interessam?

Gosto de política, aí busco informações para poder debater sobre o assunto.

Outros assuntos?

Busco muito sobre o Enem, mas também besteira, como todo adolescente. Esporte também.

Quais locais busca notícias?

Não sou fã do facebook por ver muita futilidade nele. Prefiro o WhatsApp. No facebook só olho os perfis que me agradam como grupo de vendas, de filosofia.

Busca em sites?

Olho o Aqui Acontece frequentemente pra saber sobre tudo do mundo.

O que te desperta o interesse para buscar informação?

Polemica! Sendo polemica busco muitas informações.

Você olha as manchetes ou clica pra ler o conteúdo?

Olho com atenção só se for algo interessante, se não for olho só a manchete.

Quais outros locais olha as informações?

Olho o canal do youtube 'Voce Sabia' que traz novidades sobre vários assuntos.

Quais aplicativos usa para informação?

Só o WhatsApp.

O que faz acreditar que a informação é verdade?

Experiência. Tem coisas que dá pra ver que é mentira. Se ninguém mais tá falando, mas caso eu tenha dúvida eu olho no Google. Também procuro a fonte. Também o jornalista, se ele escreve sério ou algo sensacionalista.

Como você diferencia um texto jornalístico de um não jornalístico?

Eu não sei diferenciar.

Como busca mais informações sobre o que tem interesse?

Faço um comparativo entre diferentes sites. Se for tudo parecido paro de olhar, se tiver coisas diferentes continuo procurando.

Quais os sites preferidos?

G1, raramente olho UOL.

Como se informa sobre os acontecimentos locais?

Busco no Google, aí o que aparecer primeiro eu vou olhando. Vou muito pelo ranking do Google.

Gosta de se informar somente com texto ou busca imagens vídeos?

Gosto de imagens pra ilustrar.

Como reflete sobre o que lê? É crítico?

Gera muito debate. Aqui e em casa, sempre gera briga porque não respeitam minha opinião. Não é porque tá no site que acredito. Eu procuro saber mais sobre o que leio.

Você compartilha algo na rede?

Se eu vir algum comentário que não goste, vou lá e coloco minha opinião. Mas se nada me chamar atenção, não. Sempre que compartilho sempre coloco minha opinião antes de enviar.

Como busca novas informações?

Em livros, opiniões em PDF, ou youtube, Google e daí vou para os sites. TV, jornal impresso.

Quais os assuntos de seu interesse?

Filosofia, biologia, que é o que quero fazer (ENEM), política e historia.

Como consegue distinguir o que é ou não noticia?

Jornalístico tem fontes no texto. O não jornalístico só coloca uma manchete pras pessoas debaterem. Depende muito da linguagem do texto também, tem que explicar como se encontrou as informações. O formato da escrita como introdução, desenvolvimento e conclusão. O não jornalístico não tem isso. Para um texto ser levado a serio tem que ter uma linguagem formal, nada de coloquial.

Como é sua internet?

Antes tinha wifi, mas por morar na zona de expansão, caia muito. Ai to usando o pacote de dados que sai caro. Recentemente o sinal de wifi normalizou lá.

Pra você o que é jornalismo?

É aquele que escreve com base em fatos. Demora para escrever com base, mas quando entrega vê que vale a pena. Porque vai atrás de informações e não escreve de qualquer jeito.

ALUNA 4

Como foi seu acesso hoje no celular?

Pela manha não tenho tempo. Olho rapidinho o grupo da sala no WhatsApp pra ver se não esqueci de nada. To sempre conectada por ter wifi.

Quais assuntos mais te interessa?

Doenças, medicina e informações acadêmicas, além de curiosidades (site Minilua, que tem curiosidades do mundo).

O que te motiva?

Quando não é por curiosidades, é por questões de atividades da escola.

Quando você acessa mais?

Na escola eu não trago para não me distrair. Olho em casa só as redes sociais, instagram, facebook e WhatsApp.

O que olha nas redes sociais?

Olho muito o que as pessoas postam. Tenho um professor de filosofia que tudo que ele posta de diversos assuntos eu olho porque me baseio muito na opinião dele. Olho também as notícias sobre educação para saber como ta o andamento, clico para ler as noticias.

Você procurar mais informações sobre o que lê?

Não. Eu sei que peço nisso porque existe muita noticia falsa, mas não olho em outros lugares não.

Como sabe se a noticia é verdadeira ou falsa?

Procuro ler em sites confiáveis e que conheça, se não conhecer eu não abro por mais que a noticia seja verdadeira. Olho em sites como G1, R7, Folha de São Paulo.

Como chega até os sites?

Pelo Facebook, não vou diretamente nos sites.

Possui outras plataformas como APP?

Não.

Sempre teve interesse por conteúdo jornalístico?

Não. Eu leio somente para não ficar leiga, mas não me atrai, não é do meu agrado.

Você confia em tudo que lê?

Não, geralmente eu não acredito.

Compartilha o que lê?

Geralmente eu compartilho e coloco a minha opinião na legenda. Isso no facebook. No WhatsApp não compartilho porque não acredito no que chega, mas leio, só não repasso.

Como as mensagens chegam no WhatsApp?

Quase nunca é link que direciona pra site, sempre é um texto enorme.

Você busca outros formatos além do texto, como imagens e vídeos?

Por conta dos trabalhos da escola busco vídeo aula e me situo sobre o assunto. É ate melhor pra entende e saber o que vou colocar no trabalho.

Quanto ao conteúdo jornalístico?

Não gosto de assistir telejornal. Não acho que o jornal traz nada de positivo pra gente, só traz noticia ruim. Nunca li jornal impresso na vida. Mas de outras coisas gosto de filmes e series.

Qual o período do dia que prefere fazer o acesso?

A tarde e noite, muito mais a noite quando os meus amigos também estão conectados. Uso pouco no fim de semana, porque prefiro ficar com minha família.

Reflete sobre o que lê?

Eu reflito e crio meu próprio pensamento. Principalmente pelo que meu professor de filosofia posta, a partir dele as vezes crio a minha opinião.

O que te faz compartilhar?

Algo que eu sou contra e compartilho para outros saberem.

Você distingue o que é produto jornalístico ou não?

Quando tem exagero acho que é mentira. Mas fora isso acho que não consigo distinguir.

O que te faz buscar outras informações?

Não ficar perdida sobre o que tudo mundo ta falando. Por mais que eu não tenha interesse eu procuro pesquisar. Dou preferência a textos que tenha uma linguagem cotidiana pra um melhor conhecimento.

Você é assinante de algo para obter informação?

Não.

O wifi facilita?

Acho que sim. Aqui no colégio por exemplo dão wifi, mas não dão a senha. Deve ser repensado. O celular é uma ferramenta de conhecimento, em vez de afastar pode beneficiar. E o laboratório de informática deveria ser usado porque a gente não usa.

O que é jornalismo pra você?

É a fonte que nos dá acesso às informações, nos atualiza para saber varias situações, é uma ferramenta responsável para transmitir as informações necessárias e atualizar sobre as questões do mundo e do país.

ALUNO 5

Como é o acesso no celular?

Geralmente olho quando acordo. No meu celular tem uma aba do Google que mostra tudo sobre os assuntos que já marquei de interesse.

Como se informa das noticias locais?

Pelo jornal da TV, mas gosto mais das nacionais por conta do Enem.

O que despertou interesse para acessar conteúdo jornalístico?

Foi o Enem. Os professores também instigam a gente.

Você tem um horário específico para olhar?

Olho muito a tarde, por uma hora, uma hora e meia. Não fico o tempo todo buscando não, quando chega mensagens eu respondo.

Você só lê as manchetes ou clica pra saber mais?

Se for do meu interesse eu clico. As vezes comparo as notícias também.

E as redes sociais?

Quase não olho. No face porque os professores indicam alguns perfis como G1 e UOL.

Qual o assunto do seu interesse?

Política, saúde, educação, eleições do EUA – acompanhei pelo site da Times e Jornal Nacional. Não todo dia. Gosto de acompanhar informações sobre artistas internacionais.

Como busca conteúdos?

Pela aba do Google. Não vou direto na pagina.

Como você diferencia o que é ou não jornalismo?

Jornalismo é tudo que enriquece a pessoa com questões políticas, educação e etc, mas essa parte de musica é mais entretenimento. Tudo que traz informação é jornalismo. Também diferencio pelo local, como os sites de noticia.

Como sabe o que é noticia falsa ou verdadeira?

Por comparação mesmo entre sites. Mas também comparo para ter minha opinião saber o que cabe melhor com meu perfil.

Quais sites?

Gosto da UOL, acho a Globo não mostra muita coisa, são seletivos.

Você confia em tudo que lê?

Vou mais pelo pessoal. Julgo que é cabível ou não. As vezes vou atrás saber se é verdade, depende do meu interesse.

Você compartilha algo?

Compartilho se for de interesse de muitos que me seguem, como informação do Enem que alguns lugares não puderam ter a prova. Tema do Enem, por exemplo. Só compartilho no facebook.

Você reflete e traz para o dia a dia o que leu?

Sim. Se for algo que irá enriquecer na minha vida, como por exemplo, não cometer os mesmos erros de outras pessoas. Também sou critico com o que você e ouço, por exemplo a reforma do Ensino Médio.

Como você atribui credibilidade e confia no que lê?

Gosto muito do UOL, mas nunca confio em nada, mesmo vindo de uma empresa jornalística.

Como as informações chegam ate você, textos, imagens, vídeos?

Eu também vejo debates no youtube, também vejo palestras a depender do tema.

Você cria conteúdo?

Geralmente faço isso no facebook quando compartilho algo, aí coloco na legenda. Tanto para complementar o que li, mas também pra abrir e despertar a curiosidade das pessoas a clicar no link.

O que te faz clicar em alguma noticia?

O que faça parte do que quero pro Enem, como a área da saúde. Educação e política também.

Você seleciona o que vai acessar, já que você usa a aba do Google que já filtra?

Não. Eu leio as manchetes, ai sim eu seleciono o que vou clicar.

Tem preferência sobre algum tipo de jornalismo, seja formato ou linguagem?

Tudo que envolva a sociedade me instiga bastante.

Você assina algo para conteúdo jornalístico?

Não.

Você usa pacote de dados ou wifi?

Uso wifi as vezes aqui quando tem, mas uso mais em casa. Acho que o wifi aqui facilita os estudos. As aulas deveriam sempre ser em laboratórios, porque o conteúdo fica fácil de acessar e armazenar.

O que é jornalismo pra você?

É tudo que traz informação pra sociedade.

ALUNA 6

Como foi seu uso do smartphone?

Olho whatsapp e facebook.

Onde busca as informações?

Em redes sociais

Olha os títulos ou clica pra ler as notícias?

Clico pra saber se é verdade. E também pra me informar.

Procura novas informações?

Só quando o que li me deixou alguma duvida. Procuro no Google.

Como você distingue noticia falsa da verdadeira?

Comparo as informações dos diferentes sites. Se tiver também muito exagerado já acho que é mentira.

Quais assuntos de interesse?

O que os professores falam e o que é do meu interesse.

Procura por vídeo e imagens?

Procuro quando tenho duvida sobre algo.

Quais sites olha?

UOL e Globo porque as pessoas falam bem.

Consegue diferenciar quando é produto jornalístico ou não?

Mais ou menos. Pela linguagem ou se fala mais coisas que o outro site.

O que despertou o interesse por leitura jornalística?

A escola

Como as informações chegam ate você? Você assina algo?

Chega por WhatsApp.

Confia em tudo que lê?

Nem sempre, pesquiso em vários sites para ver.

Qual o horário que prefere acessar?

Acesso mais a tarde e a noite.

Usa wifi ou pacote de dados?

Uso wifi aqui e em casa, na rua o pacote de dados.

Você compartilha conteúdo?

Sim. Pelo WhatsApp e pelo Facebook.

Você dá sua opinião quando compartilha?

Dou sim, acrescento informação antes de compartilha.

Reflete e traz para a vida o que lê?

Reflito e discuto com a minha família.

O que te faz acessar algo?

Curiosidade e os assuntos que os professores falam para sempre esta por dentro.

Você tem preferência sobre a linguagem jornalística?

Não tenho definido.

Quais assuntos prefere?

Assuntos do dia a dia

Como se informa com as notícias locais?

Pela TV

O que você acha que é o jornalismo?

Acho que são as notícias do dia mais importantes.

ALUNA 7

Como é o seu acesso?

Uso quase sempre, só não trago para a escola. Vejo o WhatsApp e facebook.

Quais preferências de formato?

Vejo muito vídeo no youtube. Principalmete musica

Quais locais jornalísticos você acessa?

Eu não olho muito jornalismo, só se tiver no Facebook.

Preferência de assuntos?

Musica, só musica.

Você só lê a manchete ou clica pra ler mais?

Se ler e me chamar a atenção, vou lá e clico. Também a depender do que a gente tem que apresentar na escola.

Olha mais informações?

Olho se me interessar ate pra saber se é verdadeiro ou não. Olho nos sites da Globo e R7, os mais confiáveis.

Como você identifica se é noticia verdadeira ou falsa?

Sempre procuro saber quem ta escrevendo a matéria. Procuro ver se as informações estão certas e também a linguagem e vocabulário, não pode ter erro de português e nem ser muito informal.

Você tem algum aplicativo? Como as informações chegam ate você?

Não. Uso mais facebook e WhatsApp. Também olho o twitter para me informar. Tanto no face quanto no twitter sigo algumas empresas jornalísticas.

E as noticias locais?

Olho o site A8

Qual horário você prefere fazer?

A noite que tenho mais tempo.

Você compartilha as informações que lê?

Compartilho mais no WhatsApp se souber que meus amigos tem interesse. No facebook não tanto.

Você dá sua opinião quando compartilha?

As vezes. Principalmente no WhatsApp que gera uma discussão com os amigos.

Como você distingue o que é jornalismo e o que não é?

Escrita correta, quem ta escrevendo.

O que é jornalismo pra você?

O jornalismo é aquela profissão que a pessoa sempre esta atualizada para passar a informação pra gente que é o publico.

Você concorda e discorda sobre o que lê?

Pra eu poder dar a opinião sobre o que eu sei, dou, mas se eu não souber sobre o assunto eu nem dou minha opinião e nem discuto sobre o assunto.

ALUNA 8

Como é o acesso?

Vou em redes sociais e canais de noticias no youtube. Não acesso diariamente, mais na semana mesmo.

Como as informações chegam ate você?

TV e facebook. Olho nos sugeridos do próprio site.

O que te faz dar credibilidade?

Vejo pelos comentários se o assunto tiver polemico.

Você só lê as manchetes ou clica para saber mais sobre a notícia?

Eu clico se me interessar.

Quais conteúdos te interessam?

Entretenimento

Busca novos conteúdos?

Não me aprofundo. Fico satisfeita com a primeira notícia que leio.

O que despertou o interesse por conteúdo jornalístico?

Esta informada. Porque as vezes as pessoas ficam discutindo sobre um assunto e eu não assisti no jornal. Ai eu vou atrás daquilo q estão comentando.

Como você escolhe o que acessar no facebook?

Pelos posts dos outros, as vezes pela sugestão do feed.

Você compartilha?

Raramente por conta dos meus familiares.

Mas quando compartilha você coloca sua opinião?

Só compartilho, mas respondo nos comentários.

Você distingue uma notícia falsa da verdadeira?

As vezes vou pelos comentários das pessoas. As vezes se tiver muito compartilhado. A linguagem também.

Qual horário você acessa?

A tarde quando estou mais disponível.

Busca comparar as notícias?

Não, porque não busco a mesma notícia em outros sites.

Você reflete sobre o que leu?

Sim, converso muito com meus amigos e familiares.

O que mais desperta interesse?

O que ta acontecendo país, o que estão falando.

Noticias locais?

Só o jornal da TV.

Usa pacote de dados ou wifi?

Uso wifi porque é mais rápido.

Você prefere alguma empresa jornalística?

UOL ou R7

Qual linguagem você prefere?

Prefiro formal porque dou mais credibilidade.

O que você acha que é jornalismo?

Acho que é um emprego para alguém que tenha coragem porque as vezes corre risco de vida e também que tenha amo pela busca de informações.

ALUNO 9

Como é o acesso pelo celular?

Olho o WhatsApp e Facebook.

Quais os seus interesses nas redes sociais?

Eu olho o feed, aí se surgiu algo jornalístico que me interesse eu leio.

Você fica só na manchete ou clica para ler?

Depende, se eu gostar da manchete, clico.

Como diferencia se é verdade ou mentira?

Pela fonte do site e quem escreve. Os comentários. Se alguém disse que viu de outro jeito. No whatsapp tem muita notícia falsa, principalmente sensacionalista.

Como da credibilidade?

Se estiver em alguns jornais que já confio de cara.

Criar novos conteúdos?

Não. Costumo compartilhar e expor minhas informações pessoalmente.

Como as informações chegam até você?

Facebook e pelo aplicativo do G1 que mandam notificações.

Como iniciou seu interesse por conteúdo jornalístico?

Aumentou agora, mas desde sempre gostei. Eu era aquela criança que gostava de jornal.

Quais formatos você prefere?

Texto mesmo. Vídeos e fotografias depende muito, a depender do que eu to querendo. Quando to estudando prefiro vídeo.

Quais assuntos você prefere?

Política, Geografia, notícias internacionais.

Você filtra as notícias que chegam?

Sim, porque são muitas que chegam no APP.

Qual o horário você prefere acessar?

Quando tenho tempo livre, geralmente a tarde.

Você busca mais informações sobre o que lê?

Quando o assunto me interessa sim. Busco reportagens.

Você reflete sobre o que lê?

Sim. Converso com meus amigos que gostam de debater os assuntos.

Como você identifica um produto jornalístico de um não?

Pela informalidade. Vou mais pela linguagem do texto mesmo.

O que te faz no dia a dia acessar conteúdo jornalístico?

Não tenho um motivo específico. As notícias vão aparecendo a todo momento.

Tem preferência sobre alguma empresa jornalística?

Não tenho.

Você é assinante de algo?

Não

Prefere usar wifi ou pacote de dados?

Prefiro usar wifi, mas quando saio compro pacote de dados.

Wifi na escola incentiva ou não?

Depende da pessoa que usa. Se for para pesquisa ainda vai, mas quando não, aí é ruim. O sinal fica ruim porque é muita gente usando ao mesmo tempo.

O que é jornalismo pra você?

É informar notícia com veracidade, de forma certa.

ALUNA 10

Como você usa o celular diariamente?

Olho o Whatsapp, redes sociais e as vezes pesquisa quando preciso para algo do colégio.

E como se informa com produto jornalístico?

TV e os perfis que tem no facebook.

Quais assuntos te interessam?

Depende muito do que aparece no facebook

E as noticias locais?

Também pelo facebook, no Portal de Sergipe, e pelo jornal da TV

Você confia em tudo que lê?

Se for uma empresa jornalística eu acredito, mas se for um amigo eu vou saber se é verdade.

Como você distingue se é produto jornalístico ou não?

Não consigo distinguir.

Busca outros formatos de noticias?

Não, geralmente é só texto mesmo.

Você costuma compartilhar?

Compartilho no face e só compartilho o que acho interessante. Também não coloco minha opinião.

Você lê só a manchete ou clica?

Eu clico e leio tudo.

Procura saber mais informações sobre o que leu?

Sim. Eu entro em vários sites ate pra saber se é verdade. Comparo as noticias.

Você reflete sobre o que leu?

As vezes.

Quais assuntos te interessa?

Política e coisas sobre o Enem

Você usa pacote de dados ou wifi?

Wifi

Wifi na escola prejudica ou ajuda?

Depende. Se for pra estudo ajuda, se não for atrapalha.

Qual horário você prefere acessar?

Quando eu não to fazendo nada. Não tenho um especifico.

O que te faz dar credibilidade a uma empresa jornalística?

Tudo que o portal passa, passa na TV. Se não passar em um é porque é mentira.

O que é jornalismo pra você?

É divulgar noticias sobre tudo.